اشكاليات قياس الرأى العام

مصر نموذجاً



Bibliotheca Alexandrina
0136299

اشكاليات قياس الرأي العام

الهيئة العامة لمكتبة الأسكندرية
رقم التصنيف 303,38
رقم التسجيل ٤٧٦٥٦

دكتور
محمـــد شـــومان

١٩٩٩

رقـم الإيـداع : ٩٩/١٥٣٩٠
الترقيم الدولـى : X-١٠٥-٢٨٧-٩٧٧

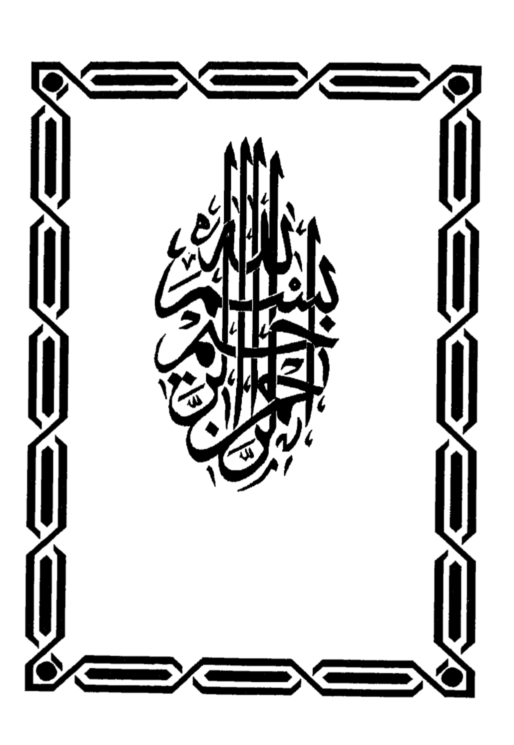
● تم تجهيز وإخراج هذا الكتـاب بمعرفـة
قسم التجهيزات الفنية لدار الكتب العلمية
الإشـــــراف:
● جمال خليفة ● محمد حسنى

© حقوق النشر والطبع والتوزيع محفوظة لدار الكتب العلمية للنشر والتوزيع - ١٩٩٩

لا يجوز نشر جزء من هذا الكتاب أو إعادة طبعه أو اختزان مادته العلمية أو نقلة أو نسخة بأى طريقة سواء كانت إلكترونية أو ميكانيكية أو بالتصوير أو خلاف ذلك دون موافقة خطيه من الناشر مقدماً .

دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع

٥٠ شارع الشيخ ريحان - الدور الأول - شقة ١٢
عابدين القاهرة ☎ ٣٥٥٤٢٢٩


بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة

لا يوجد اتفاق بين الباحثين والممارسين في مجالات الرأي العام حول مفهوم الرأي العام أو عمليات تكوينه وتوجيهه أو طرق وأساليب قياسه، وربما يرجع ذلك إلى الطبيعة المركبة والمعقدة لعمليات تكوين وظهور الرأي العام وتأثيره، حيث يخضع للكثير من العوامل والمؤثرات الفردية والاجتماعية ،والثقافية والإعلامية والاقتصادية.

على أن الطبيعة المركبة لعمليات الرأي العام قد جعلت من دراستها مجالا مشتركا لاهتمامات وعمل باحثين وممارسين من كافة التخصصات في العلوم الاجتماعية ، كعلم النفس والاجتماع والإعلام والسياسية والاقتصاد والإدارة. ومع تعدد وتنوع تلك التخصصات تعددت محاولات تحديد ماهية الرأي العام، والعوامل المؤثرة في تكوينه وطرق وأساليب قياسه، ومن ثم ترسخت حقيقة اختلاف وتباين الأطر النظرية الخاصة بالرأي العام وعملياته المختلفة.

ويمكن القول أن هذا الاختلاف والتباين أصبح ظاهرة مألوفة ومتداولة في كثير من مجالات العلوم الاجتماعية، مما يقلل من دقتها مقارنة بالعلوم الطبيعية، إلا أنه يكسبها ثراء وتنوعا قد يساعدها على التطور نحو صياغات نظرية تماثل أو تقترب من دقة العلوم الطبيعية.

وبينما تسير بعض فروع أو مجالات العلوم الاجتماعية على طريق التطور، نجد فروعا أخرى ما تزال متعثرة، لعل في مقدمتها حقل دراسات وبحوث الرأي العام، الذي لم يقدر للباحثين فيه – من مختلف التخصصات

- بذل جهود نظرية كافية لفهم أسباب اختلاف وتباين محاولات تحديد مفهوم الرأي العام والوقوف على عملياته المختلفة، حيث شُغل الباحثون والممارسون في مجالات الرأي العام بالجوانب العملية عن الجوانب النظرية، وحدث تطور كبير في مجال قياس الرأي العام، أفضي إلى ظهور مهنة وصناعة استطلاعات الرأي العام، غير أن كل ذلك لم يواكبه تطور مماثل في صياغة أطر نظرية تساعد في فهم وتحليل الرأي العام وعمليات تكوينه وتشكيله وآليات تأثيره في المجتمع.

وفي ظل محدودية الأطر النظرية وعدم الاتفاق عليها من ناحية، وتطور الجوانب والرضا النسبي عن نتائجها من ناحية أخرى ظهرت حالة من الارتباك والتخبط في الدراسات التي اهتمت بموضوعات الرأي العام، كما انتشرت بين الباحثين مداخل وأطر نظرية جزئية محدودة جعلت كل باحث ينظر للرأي العام ويهتم بدراسته من زاوية تخصصه الضيق، ومن ثم غاب المدخل التكاملي Interdiciplanery approach وسادت مداخل ورؤى نظرية قاصرة. ومثل هذا الوضع يضاعف من حالة الارتباك والغموض المحيطة بحقل الرأي العام وموضوعاته المختلفة.

وللخروج من هذه الحالة ثمة حاجة ملحة إلى إنجاز مهمتين:-

الأولى: تحديد النماذج الإرشادية التي تقف خلف الكتابات والاطر النظرية التي ظهرت في حقل الرأي العام.

الثانية: إجراء مزيد من البحوث والدراسات النظرية والميدانية بهدف اختبار ما لدينا من أطر نظرية خاصة بعمليات الرأي العام وقياسه. علي أن تعتمد تلك الدراسات والبحوث على المدخلين التكاملي،

والثقافي المقارن، حتى يمكن الاستفادة من إسهامات علوم وتخصصات مختلفة، مع مراعاة التنوع والتعدد الثقافي بين المجتمعات، الذي يؤثر في عمليات الرأي العام وقياسه.

ويتطلب إنجاز المهمتين السابقتين تعاون فرق بحثية من مجالات وتخصصات مختلفة، مع إجراء سلسلة بحوث ودراسات عبر مجتمعية، تغطي كافة جوانب ومظاهر الرأي العام، في هذا السياق تحاول هذه الدراسة في الفصل الأول منها المساهمة في إنجاز المهمة الأولي، أي تحديد النماذج الإرشادية السائدة في دراسات الرأي العام، بينما تسعي الدراسة في الفصلين الثاني والثالث إلى إجراء مناقشة نظرية لاشكاليات قياس الرأي العام خاصة في دول الجنوب، مع التطبيق على بعض استطلاعات الرأي والرأي العام التي أجريت في مصر، كنموذج لبعض المحاولات التي تبذل في دول الجنوب لتزييف الرأي العام، أو استغلال اسمه وتوظيفه سياسيا تحت عنوان قياس الرأي العام.

وأعتقد أن مناقشة اشكاليات قياس الرأي العام استنادا إلى خبرة بحوث ومراكز استطلاعات الرأي العام في الولايات المتحدة وأوربا، بالإضافة إلى مناقشة تلك الإشكاليات في ضوء بعض التجارب المصرية لاستطلاع الرأي قد يساعد في تطوير فهم مقارن لإشكاليات قياس الرأي العام، بين دول الشمال والجنوب، ومدى دقة وموضوعية أساليب القياس، الامر الذي قد يفيد في فهم وتحليل ظاهرة الرأي العام وقياسه من ناحية، وإنجاز مهمة اختبار المفاهيم والأطر النظرية السائدة في حقل دراسات الرأي العام من ناحية ثانية.

في الأخير لعل جدة هذا العمل تفيد الباحثين والمهتمين بموضوعات الرأي العام، من أبناء أمتنا العربية، ولعل جدة الموضوع وصعوبته تشفع للباحث فيما وقع فيه من أخطاء أو تقصير.

د. محمد شومان



الفصل الأول

الرأي العام.. مدخل نظري

الفصل الأول

الرأى العام .. مدخل نظرى

ترجع المسلمات والمفاهيم والأطر النظريـــة، التـــي ظهــرت فـــي حقــل دراسة الرأي العام وقياسه، إلى واحـــد أو أكـــثر مـــن أربعـــة نمـــاذج إرشـــادية أساســـية هـــي النمـــوذج المعرفـــي The cognitive paradigm، والنمـــوذج الوظيفي Fun cional، ونموذج التفاعلية الرمزيـــة والنمـــوذج النقـــدي.

ويقوم كل نموذج إرشـــادي مـــن النمـــاذج الأربعـــة علـــى عـــدد مـــن المسلمات النظرية التـــي تختلـــف عـــن مســـلمات النمـــوذج الآخـــر ووســـائله وأدواته المنهجية في الرصد والتحليل، ويلاحظ أن مســـلمات كـــل نمـــوذج غـــير قابلة للاختبار، ولا يستطيع الباحث جمع معلومات ميدانيـــة يمكـــن مـــن خلالهـــا رفض أو قبول هـــذه المســـلمات، التـــي تســـتخدم عـــادة فـــي توجيـــه البحـــث والعمليات العلمية والآثار المترتبـــة عليهـــا [1].

ويرجع أصل مصطلح النموذج الإرشـــادي إلـــى كلمـــة لاتينيـــة قديمـــة كانت تستخدم في الإشارة إلى أسلوب أو طريقـــة لنمـــوذج يمكـــن أن يحتـــذي أو يعارض من خلال القدرة علـــى المقارنـــة [2].

أما الاستخدام المعاصر للمصطلـــح فقـــد ارتبـــط باجتهـــادات فيلســـوف العلم الأمريكي توماس كون Thomas S. Khun، الـــذي ركـــز علـــى المجتمـــع العلمي لا العالم الفرد، وأن العلم يتقدم حين يدرب العلمـــاء وفـــق تقليـــد فكـــري عام، ويستخدمون هذا التقليد لحـــل المشـــكلات التـــي تواجههـــم، وأطلـــق كـــون على الأفكار التي يتضمنها التقليـــد العلمـــي النمـــوذج الإرشـــادي "paradigm" ثم عـــدل ذلـــك إلـــى المصفوفـــة العلميـــة Disciplinary Matrix، وإن كـــان

المصطلح الأول هو الذي نال الشهرة والذيوع. لكن مصطلح النموذج الإرشادي عند كون له أكثر من معني، حتى أن إحدى الباحثات حصرت ٢١ معني مختلفا للمصطلح وردت في الطبعة الأولي من الكتاب، لذلك حاول كون توضيح المقصود بالنموذج الأساسي في إضافة لكتابه ظهرت عام ١٩٦٩، وأشار فيها إلى أنه استخدم المصطلح في الجزء الأعظم من الكتاب بمعنيين مختلفين، فهو من ناحية يعبر عن جماع المعتقدات والقيم المتعارف عليها والتقنيات المشتركة بين أعضاء مجتمع بذاته، ويشير من ناحية أخرى إلى عنصر منفصل في هذا المركب الجامع، وأعني به الحلول الواقعية للألغاز التي إذا ما استخدمت كنماذج أو أمثلة يمكن أن تحل محل القواعد الصريحة كأساس لحل الألغاز المتبقية في نطاق العلم القياسي، والمعنى الأول للمصطلح، ولنسمه المعنى السوسيولوجي، أما المعنى الثاني فهو للنماذج الإرشادية باعتبارها أمثلة لإنجازات الماضي.. ويمكن القول من الناحية الفلسفية على أقل تقدير، أن المعنى الثاني لمصطلح النموذج الإرشادي هو المعنى الأعمق فيما يختص بالمعنيين المشار إليهما (٤).

ويري السيد يسين أن كون لم يعرف مفهوم النموذج الإرشادي أو الأساسي تعريفا قاطعا، لكن يمكن اعتباره نظرة محددة للعالم World View مصاغة في شكل نظرية، وقد اصبح المفهوم أداة تحليلية معتمدة في علوم الاقتصاد والسياسة والاجتماع والانثروبولوجيا وعلم النفس للدراسة النقدية للتيارات العلمية المختلفة في هذه العلوم جميعا، حيث لا يستطيع الباحث أن يمارس بحثه بطريقة منهجية بغير أن يلم بالخريطة الفكرية التي تسود العالم، وهذه الخريطة تشمل في العادة عديدا من الأفكار

والنظريات والآراء والإيديولوجيات المتضاربة، والتي تنطلق عادة من مسلمات فلسفية أو اجتماعية أو اقتصادية معلنة أو كامنة (٥).

ويمكن القول أن النموذج الارشادى هو إطار فكري يمكن استخدامه كأداة لتحليل النظريات المعتمدة لدى مجتمع من الباحثين العلميين في عصر بذاته، علاوة على طرق البحث المميزة لتحديد وحل المشكلات العلمية وأساليب فهم الوقائع التجريبية، وتتسم النماذج الأساسية بكونها غير قياسية وحقائقها نسبية (٦). ومع ذلك فأنها تتسم بثبات نسبي إذ أن التحول في النموذج الإرشادية يحدث كل مئات من السنين، وربما غالبا في فترة أقل، ويساعد هذا التحول العلماء في النظر إلى العالم بطرق جديدة، والعمل تبعا لهذه الطرق (٧).



المبحث الأول
تطور دراسة الرأي العام

تختلف دراسة الرأي العام عن الرأي العام كظاهرة عرفتها المجتمعات البشرية في كل العصور، ووصفها الكتاب في العصر القديم، والوسيط، وفي بداية الأزمنة الحديثة، إلا أن مصطلح الرأي العام لم يستخدم حتى القرن الثامن عشر [٨].

وقد شاع استخدام تعبير الرأي العام بمدلوله الحديث في خضم الثورة الفرنسية، التي تعتبر – كسائر الثورات الكبرى – لونا من ألوان التعبير عن الرأي العام، على أن الرأي العام كان قائما بصورة أو بأخرى على مر العصور. فالرأي العام مرتبط بالمجتمع الإنساني أينما وجد[٩].

وترتبط القياسات النظرية الأولي عن الرأي العام بكل من كارل فون جيرنز دورف Carlvon Gersdorf الذي وضع كتابا في النصف الأول من القرن التاسع عشر تحت عنوان " فكرة وطبيعة الرأي العام" وكذلك مؤلف لويس جورج كورنويل Cornwall حول السلطة والرأي العام، ومؤلف فرانزفون هولتزندورف Franz Von Holtzendorff حول طبيعة وقيم الرأي العام [١٠].

ورغم أهمية هذه الكتابات إلا أن كتاب جيمس برايس James Bryce الكومنولث الأمريكي الصادر عام ١٨٨١ هو البداية الحقيقية للقياسات النظرية المتخصصة في مجال الرأي العام [١١]. وقد عرف برايس الرأي العام، وتقسيماته، ومراحل تكوينه، وعلاقته بالوضع الاجتماعي، والمستوى التعليمي، وتأثيره في السياسة العامة. وأشار إلى

الرأي العام السلبي، وحدد مواصفات قادة الرأي العام، وقارن بين الرأي العام في أمريكا وأوربا وخاصة إنجلترا، وآثار برايس قضايا ما تزال مطروحة على الباحثين المعاصرين أهمها عدم امتلاك معظم الأفراد لأيديولوجية متماسكة ومستقلة تحدد آراءهم (١٢).

وتبع جيمس برايس في الاهتمام بدراسة الرأي العام لورانس لويل A. Lawrence Lowell ، وديساي Dicey، إلا أن إسهام الأخير غلب عليه الطابع القانوني في دراسة علاقة الرأي العام بالقانون، أما لويل فقد ركز على شروط تكوين الرأي العام، وطبيعته والطرق التي يعبر بها عن نفسه، وناقش العلاقة بين الرأي العام ورأي الأغلبية، وميز بين الأقلية المؤثرة والأغلبية غير المؤثرة أو غير الفاعلة، واقترح الاهتمام بشدة الرأي العام intensity، وأكد أن الرأي العام يمكن أن يكون قوة هائلة ذات تأثير حاسم في الديمقراطية، إذا كان حقيقة رأيا عاما(١٣).

ومع نهاية الحرب العالمية الأولى أزداد الاهتمام بدراسة موضوعات الرأي العام من جانب علماء في تخصصات علم النفس، وعلم السياسة، وعلم الاجتماع والتاريخ. وساعد تطور مناهج وأدوات البحث العلمي الاجتماعي على إجراء تجارب وقياسات كان لها بالغ الأثر في صياغة أطر نظرية حول تعريف وطبيعة الرأي العام وعوامل تكوينه وتأثيره، وهو ما أنعكس في تبعية وتداخل أغلب المفاهيم والنظريات المتداولة حول الرأي العام لعلم النفس والاجتماع والسياسة، أو بالتحديد المدارس والاتجاهات المختلفة في علم النفس الاجتماعي والاجتماع السياسي.

والفرضية الأساسية التي تطرحها الدراسة هنا أن التطور الكبير في قياسات الرأي العام لم يؤد إلى تطور مماثل في بناء إطار نظري للرأي العام، وبعبارة أخرى لم تواكب جهود التنظير في مجال الرأي العام تطور قياسات الرأي العام، ويمكن القول أن الشعور بنجاح ودقة قياسات الرأي العام قلصت من الاهتمام ببحث الأسس النظرية، وتعكس هذه الظاهرة غلبة الطابع الأمريكي بتوجهاته البرجماتية على قياسات الرأي العام التي نشأت وتطورت في ضوء احتياجات المجتمع الأمريكي ونظامه السياسي.

ولعل ما يدعم فرضية الدراسة إشار فيلبس دافسون Phillips Davison إلى البطء الملحوظ للتقدم في مجال تعيين ماهية الرأي العام، وطبيعته، وكيف يتطور، وكيف يتلاشي، ويري دافسون أن مقال فلويد ألبورت Floyd Allport نحو علم للرأي العام – التي نشرت عام ١٩٣٧ – مازال افضل المقالات النظرية حتى الآن، ويضيف: عندما نستطيع التنبؤ بنتائج الانتخابات، وتقديم المعلومات التي يمكن أن تستخدم لزيادة المبيعات، فأنه لا يصبح هناك سوي مبرر ضئيل للاهتمام بالعمليات التي تؤثر على الاتجاهات والآراء [١٤].

وكان البورت قد ركز على تحديد المقصود بكل من الرأي والجمهور، وإزالة الالتباس والغموض المرتبط ببعض المفاهيم مثل الحشد والجمهور، والرأي العام والرأي الخاص، وأشار إلى درجة الاتفاق وشدة وعمق الرأي العام، ومشكلات تحديد العوامل المؤثرة على الرأي العام، وصعوبة الفصل بينها وإخضاعها للقياس [١٥].

والواقع أن تلك المشكلات لم تجد طريقها للحل حتى الآن، وظل الاهتمام بها محدودا، بينما تركز الاهتمام على استفتاءات الرأي العام

وأجهزة الاتصال وهيئاته، واتجاهات الناخبين وآرائهم، وكانت القياسات النظرية عن الرأي العام وفكرته نادرة للغاية [١٦].

في المقابل ساد اتفاق عام على الطبيعة المعقدة والمركبة لعملية تكوين الرأي العام والعوامل التي تؤثر فيه، ولا سيما أن العمليات التي يكتسب بها الأفراد اتجاهاتهم السياسية أراءهم غاية في التعقيد والتشابك، وترتبط بتفاعلات مستمرة، من خلال وسائل للإعلام، والإقناع والتنشئة، والاتصال الشخصي، والأيديولوجيا، علاوة على العوامل الذاتية [١٧].

ونظرا لصعوبة تحديد هذه العوامل، أو فصلها وإخضاعها للقياس على نحو ما قرر ألبورت عام ١٩٣٧، ونتيجة تعدد وتنوع التخصصات العملية التي اهتمت بدراسة الرأي العام واختلاف النماذج الإرشادية التي تعتمد عليها، فقد تعثر التوصل إلى اتفاق حول تعريف للرأي العام أو نموذج لتكوينه، وظلت أنماط تشكيل الرأي العام، مثل القوانين في كل العلوم الاجتماعية، تبدو كترجيحات واحتمالات لا يمكن تعميمها على كل الأفراد، أو في كل المواقف، وعلى كل الموضوعات [١٨] لذلك ظهرت تعريفات عديدة للرأي العام، كما ظهرت استخدامات مختلفة للرأي العام أشار فيليبس دافيسون إلى ثلاثة منها، الأول استخدام الرأي العام كمرادف لنتائج استطلاعات الرأي العام، لكن المشكلة أن أغلبية استطلاعات الرأي لا تهتم بتوقع سلوك الأقلية، أو تكشف لهم أن هناك آخرين يشاركونهم في رأيهم، وفي هذه الحالة فإن الاستطلاعات تعطينا مجموع الآراء الفردية، ولا توضح العمليات التي تدور حول موضوع الاستطلاع.

أما الاستخدام الثاني فيفترض أن وسائل الإعلام تعبر عن الرأي العام، لكن هذه الفكرة اهتزت، فليس من الثابت أن وسائل الإعلام تعكس آراء الناس أو ما يفكرون فيه.

ويشير الاستخدام الثالث إلى الرأي العام كأداة أو واسطة لتعزيز أشكال السيطرة الاجتماعية والمحرمات، أي أنه وسيلة للضبط الاجتماعي.

ويمكن القول أن الأطر النظرية الخاصة بتعريف الرأي العام وتحليل طبيعته ومكوناته وأدواره وتأثيره محدودة للغاية، كما لم تشهد تطورات كبيرة، أو نقلات مهمة منذ بداية ظهور القياسات النظرية عن الرأي العام في أواخر القرن الماضي وأوائل القرن الحالي. ويرجع ذلك إلى سيادة الاهتمام بقياس الرأي العام، وشعور المشتغلين في مجال الرأي العام بالرضا عن نتائج أعمالهم في قياس آراء الناخبين أو المستهلكين.

وقد التزمت قياسات الرأي العام أو تأثرت بالنماذج الإرشادية الأربعة التالية: النموذج المعرفي، والنموذج الوظيفي ، ونموذج التفاعلية الرمزية، ونموذج التغيير الراديكالي. وأدي اختلاف فرضيات ومفاهيم وأهداف هذه النماذج إلى اختلاف وتباين تعريفات الرأي العام، ومحاولات تحديد طبيعته، والعوامل التي تدخل في تكوينه، أو ما يعرفه البعض ببيئة الرأي العام. لكن تلك الاختلافات لم تحل دون الاتفاق على أن للإعلام دورا مهما في تشكيل الرأي العام.

ولا يسع المجال للدخول في تفاصيل مكونات كل نموذج إرشادي ومسلماته وفرضياته الأساسية، لكن يكفي هنا، ولأغراض الدراسة، تقديم عرض سريع ومكثف لتطوير دراسة الرأي العام، ثم للملامح العريضة لكل نموذج إرشادي وتأثيره في قياسات وبحوث الرأي العام، وخاصة محاولات

تعريف الرأي العام، ثم نقدم في نهاية القسم الأول مـن الدراسـة مجموعـة مـن الملاحظات العامة حول اتفاق وصراع النماذج الإرشـادية فـي مجـال دراسـة موضوعات الرأي العام وقياسـه.



المبحث الثاني

النموذج المعرفي ودراسة الرأي العام

ظهر هذا النمـــوذج فـــي العشـــرينيات، وقـــد تطـــورت نظرياتـــه فـــي الثلاثينيـــات، وانتشـــرت أدبياتـــه المعـــاصرة فـــي علـــم النفـــس الاجتمـــاعي التجريبي، [١٩] وبصفة عامة فإن هذا النموذج قـــد تطـــور مـــن خـــلال قياســـات وتجارب علم النفس الاجتماعي وارتبـــط بهـــا.

ويهتم النموذج المعرفي بكل الأنشـــطة العقليـــة والعصبيـــة التـــي يقـــوم بها الإنسان والتي تشـــكل تفاعلاتـــه مـــع الآخريـــن، وتشـــمل هـــذه الأنشـــطة استقبال المنبه من البيئة الخارجيـــة، ثـــم عمليـــة الإدراك بنـــاء علـــى الخـــبرة السابقة للعقل والمعلومـــات المختزنـــة بـــه، ثـــم قيـــام المـــخ بتصنيـــف وربـــط المعلومات التي تم تخزينها بالفعل، وبعد ذلك يقـــوم إمـــا بتخزينهـــا أو نســـيانها. وفي هذه المرحلة تلعب عمليات التفكير والتأمل دورهـــا، ويتوصـــل الفـــرد إلـــى تكوين معرفة أو معتقدات يقوم بتخزينهـــا لدعـــم وتـــأكد معلومـــات واعتقـــادات سبق تخزينها، أو الإضافة إليها. ومن ناحيـــة أخـــرى قـــد يقـــوم المـــخ بتغـــير الاعتقادات والآراء السابق تخزينها بناء على هـــذه المعلومـــات. وتدخـــل عمليـــة تكوين المفاهيم والفئات التي يتم تصنيـــف المعلومـــات بنـــاء عليهـــا – إضافـــة إلى العلاقات السببية بين الأشياء والمواقف ضمـــن العمليـــات العقليـــة [٢٠].

ويركز النموذج المعرفي علـــى مفـــاهيم وعمليـــات تعتـــبر جـــزءا مـــن بناء شخصية الإنسان وســـلوكه، مثـــل الإدراك والتصـــور والقيـــم والاتجاهـــات ونظام المعتقدات والتفكير والتذكـــر، مـــن هنـــا تـــبرز العلاقـــة الوطيـــدة بيـــن النموذج المعرفي والإعـــلام، إذ يمكـــن فهـــم العديـــد مـــن جوانـــب العمليـــات

الإتصالية في ضوء فرضيات ونظريات هذا النموذج، كذلك فقد شاع استخدام النموذج المعرفي في دراسة عمليات تشكيل الرأي العام [٢١]، وتأثير وسائل الإعلام وعمليات التعرض لوسائل الإعلام والحاجات التي تدفع الجمهور لاستقبال وسائل الإعلام، والإشباعات التي يحصل عليها[٢٢]. وقد تطورت استخدامات النموذج المعرفي وبرزت في مجال الإقناع وتغيير السلوك، من خلال أعمال روزنبرج (Rosenberg) ونيوكمب (New Comb) وفيستنجر (Fastinger) ومارتن فيشباين. Fishlien (M وإيك أجزين (Icek Ajzen) [٢٣].

ويلاحظ أن كثيراً من النظريات والبحوث المتداولة في مجال الإعلام – والتي تهتم بالسلوك الاتصال للأفراد – اعتمدت على النموذج المعرفي الأمر الذي عرضها للنقد والاتهام بالقصور، كنتيجة طبيعية لعدم اهتمام هذا النموذج بالخلفية الاجتماعية والاقتصادية للفرد، ارتباطه بالاتجاه السلوكي وبالتالي إهمال ما يجري داخل الإنسان، أي ماهية المشاعر والأفكار وخاصة الأوليات الأوعية، وتركيزه على التصرفات القابلة للمعاينة والتعريف والقياس ويفترض هذا النموذج أن السلوك منظم وممنهج ويكتسب بالتعليم، وأنه نتاج ملائم ومحسوب للتدريبات الماضية وللأوليات البيولوجية [٢٤]. لكن السلوك المعلن كما يقول إريك فروم (Erich Fromm) يتعارض مع حقيقة الدوافع التي تحرك الأفراد، كما أن السلوك قد يختلف عن الشخصية، ولكن بناء الشخصية، أي الدوافع الحقيقية للسلوك هي التي تشكل الكينونة الحقيقية للإنسان، صحيح أن السلوك قد يعبر عن الكينونة على نحو جزئي، ولكنه غالبا ما يكون قناعا لإخفاء

أهدافه الخاصة، وتعني المدرسة السلوكية Bechaviorism بدراسة هذا القناع المظهري وتعتبره مادة علمية يعتد بها [٢٥].

وبدون الدخول في تفاصيل الانتقادات التي توجه للنموذج المعرفي، فمن الثابت أن هذا النموذج له تأثير قوي في قياسات الرأي العام، ولعل من أبرز العلماء الذين اهتموا بدراسة الرأي العام من منظور نفسي تشارلز كولي Chares Cooley، وكي V.O. Key وأرنست ديشتر Ernest Dichter وبروستر سميث M. Brewster Smith.

وكان فرويد رائد التحليل النفسي قد تأثر بنظرية جوستاف لوبون عن العقل الجماعي، وخلص إلى أن الجمهور من الناس يكونون أكثر بدائية في أفكارهم وأفعالهم، وعرف فرويد علم نفس الجماعات بأنه العلم الذي يدرس الفرد على أنه عضو مؤثر في جماعة من الناس [٢٦].

وبرزت أيضا إسهامات مدرسة التحليل النفسي في دراسة الشخصية، وبلورة مفهومي الشخصية التسلطية والشخصية التعصبية، ويرتبط المفهوم الأول بخبرات الطفولة ونمط التنشئة والبيئة الاجتماعية والثقافية، وقد قاد هذه القياسات أدورنو Adorono عام ١٩٥٠ وتبعه عدد كبير من الباحثين [٢٧] وساعدت هذه الأعمال في دراسة تغيير الاتجاهات والرأي العام، كما امتدت إسهامات مدرسة التحليل النفسي إلى دراسة تأثير الاغتراب على تشكيل الآراء والمشاركة في العملية الديمقراطية [٢٨].

ويمكن القول أن الاتجاه السلوكي كان له تأثير كبير في قياسات الرأي العام ولا سيما بعد أن ارتبط به منذ مطلع العشرينيات علم السياسة ليظهر ما يعتبره علماء النفس علم النفس السياسي، [٢٩] وما يطلق عليه علماء الاجتماع علم الاجتماع السياسي، [٣٠] بينما ينظر إليه علماء السياسة

كمبحث أو اتجاه فـــي علـــم السياســـة يعـــرف بالاتجـــاه الســـلوكي Bahavioral School.

ومهما يكن أمر الخلافات حول التسمية أو الانتمـــاء فـــإن هنـــاك اتفاقـــا على أن أعمـــال هارولد لاســـويل، وكـــي V.O. key، ودافيـــد ترومـــان D. Truman، اهتمت برصد وتحليـــل العلاقـــة بيـــن العنـــاصر المؤثـــرة فـــي السلوك، والسلوك السياسي، علاوة على عمليـــات التنشـــئة السياســـية، والـــرأى العام. ومع ذلك فإن هناك بعض التحفظات التي أثـــيرت حـــول مفهـــوم الاتجـــاه السلوكي كما يستخدم في العلوم السياسية وقد عـــبر عـــن ذلـــك روبـــرت داهـــل R. Dahlحين ذهب إلى أن المصطلح يحيطـــه كثـــير مـــن الغمـــوض واللبـــس، وكذلك المصطلح المرادف له وهو الســـلوك السياســـي [٣١].

وفي إطار النمـــوذج المعرفـــي، أو بتـــأثيره ظهـــرت تعريفـــات كثـــيرة للرأي العام لعل أبرزها، ما قدمه تشـــارلز كولـــي مـــن أن الـــرأى العـــام ليـــس مجرد حاصل جمع الآراء الفردية، لكنه عمليـــة تنظيـــم لنـــاتج الإشـــتراك فـــي الاتصال والتأثير المتبـــادل [٣٢].

ويري كي أن الرأى العام هو "الـــرأى الـــذي يحتفـــظ بـــه أشـــخاص لا يشغلون مناصب عامة في الدول، والـــذي تـــري الحكومـــة أنـــه مـــن الحكمـــه الاهتمام به" [٣٣] وقد ميز كي بين الجمهور العـــام والجمهـــور الخـــاص، وبحـــث كيفية ادارة النظم الديمقراطية وتعاملها مـــع الـــرأى العـــام، وركـــز علـــى دور الطبقة العليا والوسطى في تشكيل الرأى العام والتعبير عنـــه، كمـــا أشـــار إلـــى بروز دور أفراد الطبقات العليا في المشـــاركة السياســـية وفـــي بعـــض أشـــكال السيطرة الإجتماعية على الرأى العـــام.

وخلص كي إلى أن الموقف الوحيد الذي يمارس فيه الجمهور توجيها مباشرا على السياسيين (متخذي القرار) ينحصر في الانتخابات والاستفتاءات [٣٤].

وأكد هاريمان P. L. Hariman عام ١٩٧٥ في تعريفه للرأي العام، أنه الرؤي أو الاتجاهات التي تشترك فيها الغالبية العظمي من الأفراد، التي يمكن التوصل إليها عن طريق استطلاعات الرأى العام باستخدام عينات ممثلة. أما جولدنسون Goldenson R. فيعرف الرأى العام بأنه الاتجاه العام للجمهور نحو قضية ما، أو مجموعة من القضايا التي تهم مجتمعا معينا.

ومن مصر أخذ عبد القادر حاتم بالتعريف الذي يرى أن الرأى العام هو الحكم الذي تصل إليه الجماعة إزاء قضية مهمة، وينتج هذا الرأى عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد أي جماعة كبيرة، وأنه يتشكل من خلال عناصر متداخلة تتفاعل فيما بينها، هي الناس، والموروث الثقافي، والأحداث، والقيم والمعتقدات، والروح القومية، والعادات، والاتجاهات، والمعرفة، والأسرة، والدين، والأساطير، والزعامة، وخلص إلى هناك عناصر جامدة تشكل الرأى العام هي الموروث الثقافي ويدخل فيه القيم والمعتقدات والتقاليد والإعراف، بينما العناصر الديناميكية تحتوي على الرغبة في التغيير، وتدخل فيها الرغبات والطموحات والاحتجاجات والإعتراضات [٣٥].

ومن الواضح أن تعريف هاريمان وجولدنسون يكاد يساوي بين الرأى العام والإتجاه، وهو موضوع مثار جدل وخلاف، ولا سيما أنه توجد

العديد من العوامل الوسيطة – على المستوى الفردى والإجتماعي، تحول دول اعتبار الرأى هو الاتجاه والسلوك.

ويري السلوكيون أمثال جورج ليندبرج Gorrge Lundberg أن الرأى العام هو أي رأي يستند إلى سبب يجعل الجمهور يتقبله، ويعتقد ليندبرج أن السلوك المعتاد يمكن أن يتضمن الرأى العام (٣٦).

بينما ركز علماء السياسة في تعريف الرأى العام وفهم طبيعته على عنصر التأثير في العمليات السياسية، ومن هنا نظروا إلى الرأى العام ضمن موضوعات علم السياسة.

لقد ميز الموند Almond بين الجمهور العام والجمهور الواعي، فالأول يعرف بواسطة وسائل الإعلام ويقتنع بالمناقشات العامة، ويستجيب لمزاج الرضا والقبول العام، بينما يتكون الجمهور الواعي من جماعات صغيرة تتابع القضايا العامة من خلال رؤية تحليلية، وتكون لديها معرفة جيدة نسبيا وروح نقدية للمناقشات العامة (٣٧).

وتبدو أهمية ما طرحه الموند في ضوء قواعد الممارسة السياسية، ودور الإعلام في الحملات الانتخابية. ويري كيرت لانج أن دراسة الرأى العام ترتبط بالسلوك أو المشاركة السياسية، فالتصويت سلوك سياسي يعني المشاركة السياسية، وتعكس نتائج التصويت قياسا للرأي العام. وفي عملية التصويت أو تكوين الرأى العام، فإن الأفراد في المجتمعات الجماهيرية يميلون إلى تصور ما الذي يعتقده الجمهور (الأغلبية)، ويؤثر هذا التصور في تشكيل آرائهم، لذلك اقترح كورت لانج دراسة التصورات الخاصة (الفردية) والجمعية لفهم تأثير وسائل الإعلام في المشاركة السياسية، وعلاقة كل منهما بالأخرى، والعلاقة التي تربطهما بعمليات التصويت (٣٨).

وينتقد ريتشارد برودي قياسات الرأى العـــام، وبحـــوث التصويـــت فـــي الخمسين سنة الأولي من تاريخها، لأن إلاهتمام قد تركـــز حـــول وضـــع نمـــاذج للعمليات التي يتكون من خلالها الرأى العـــام، واعتمـــدت هـــذه النمـــاذج علـــى فرضية تشابه هذه العمليات لدى كافـــة قطاعـــات الجمهـــور، ومـــن ثـــم يقـــترح الاهتمام بالاختلافات بين الأفراد ووضـــع نمـــاذج تدخـــل فـــي اعتبارهـــا هـــذه الاختلافات [٣٩].

وبصفة عامة فإن النموذج المعرفي يركز فـــي دراســـة الـــرأى العـــام – كما هـــو الحـــال فـــي دراســـة تـــأثير الإعـــلام – علـــى الإدراك، والدوافـــع، والمعتقدات، والقيم، والإتجاهات، ويعتمـــد علـــى نمـــوذج الاســـتجابة، ونمـــاذج التعليم ومحددات الشخصية، والخـــواص العقليـــة والنفســـية المتصلـــة بـــالتفكير، مثل ركون العقل إلى الإســـتعانة بـــالرموز والأنمـــاط والتجســـيد، وميلـــه إلـــى التبرير، أو التحويل والإســـقاط [٤٠].

وهذه العمليات والنماذج هـــي عوامـــل نفســـية ذات أبعـــاد اجتماعيـــة – ثقافية لا يوجد اتفاق بيـــن المتخصصيـــن علـــى تعريفهـــا رغـــم اتفـــاقهم علـــى أهمية تأثيرها في عملية تشكيل الـــرأى العـــام.

خلاصـــة القـــول: يفـــترض النمـــوذج المعرفـــي أن الآراء هـــي نتـــاج لعمليات إدراكية ومعرفية يقوم بها الفـــرد، ويمثـــل الـــرأى العـــام الوعـــي بـــأن الآخرين يشاركونهم في نفس العمليات الإدراكيـــة: [٤١] ومـــن ثـــم يقـــترح هـــذا النموذج لفهم عملية تكوين الرأى العام والبحـــث فـــي أســـس ومقومـــات عمليـــة الادراك، وتأثير الدوافع والحاجات والقيـــم والمعـــايير والمواقـــف الإجتماعيـــة، والجماعية التي ينتمي إليها الفرد فـــي عمليـــة الإدراك.

ويمكن القول أن التوجهات الرئيسية في دراســـة عمليـــة تكويـــن الـــرأى العام تعتمد على مفاهيم ونظريـــات علـــم النفـــس الإجتمـــاعي. بيـــد أن هنـــاك

بعض الاتجاهات التي تركز على الفرد والفروق الفردية في دراسة عملية تكوين الرأى العام، وينظر أصحاب هذه الاتجاهات إلى الرأى العام من منطلق علم النفس الفارقي وموضوع الفروق الفردية على وجه التحديد، وما يشغل بالهم في هذا الصدد هو الفروق بين الأفراد في تعبيرهم عن الرأى والمتغيرات النفسية التي تشكل هذا الرأى وكيف تتفاعل معا، لكي تولد رأيا يشكل في مجموعه ما يسمي بالرأى العام، وقد ترجع هذه الفروق - من وجهة نظر المتخصصين في علم النفس - إلى قدرات عقلية، أو سمات شخصية، أو استعدادات وميول ذاتية، أو عوامل دافعية، كما قد ترجع إلى متغيرات بيئية، كأسلوب التنشئة الأسرية أو التنشئه الإجتماعية، وقد تلعب هذه العوامل مجتمعة دورا متميزا من خلال ظروف مجتمعية في إطار ظروف ثقافية خاصة ترسم اطرا عامة، فتحدد نظرة الفرد إلى ذاته وإلى الآخرين، كما تحدد إمكانية تفاعله مع أفراد الجماعة، أو أسلوبه في النظر إلى الأمور (٤٢).

ويري الباحث أن أهمية دراسة الاستعدادات العقلية والنفسية للافراد لا ينبغي أن تحول دون الاهتمام بالجوانب الإجتماعية، فثمة حاجة لاستكمال جوانب العملية بشقيها الفردي والإجتماعي، لأن الصورة الكلية للرأي العام يمكن أن تكون على المستوى المفاهيمي متغيرا فرديا يعبر عن تفاعل بين شخصية الفرد وبيئته، وتتوسط هذه العملية الإتجاهات والقيم والمعتقدات، وعلى المستوى الواقعي يحدد المنظور الإدراكي للاتجاهات والقيم والمعتقدات ما هي الحقيقة بالنسبة للفرد، ويعطيه السبب لكيفية التفاعل بصورة صحيحة مع البيئة المحيطة به، والطرق التي من خلالها يمكن أن تكون البيئة بالنسبة له أكثر فائدة كفرد وكجزء من وضع اجتماعي (٤٣)

المبحث الثالث

النموذج الوظيفي ودراسة الرأي العام

ارتبط هذا النموذج بنشأة العلوم الإجتماعية وتأثرها بفكرة محاكاة العلوم الطبيعية، أو المماثلة بين المجتمعات الإنسانية والكائنات البشرية، لذلك فهو يركز على دوافع الفاعل (الإنسان) في الموقف، ويرى أن البناء الإجتماعي هو مجموعة من العلاقات الإجتماعية، المتباينة التي تتكامل وتتسق من خلال الأدوار الإجتماعية، فثمة مجموعة أجزاء مرتبة متسقة تدخل في تشكيل الكل الإجتماعي، وتتحد بالأشخاص والزمر والجماعات وما ينتج عنها من علاقات وفقا لأدوراها الإجتماعية التي يرسمها لها الكل الإجتماعي (٤٤) وتلعب المعايير والقيم الإجتماعية دورا بالغ الأهمية في تحديد طبيعة دور الفرد والأسرة في الحفاظ على استمرار الاستقرار والتعاون بين مكونات البناء الإجتماعي. ويركز النموذج الارشادي للبنائية الوظيفية على إلى أن عمل النظام الإجتماعي واستمراره متماسكا، ودور المؤسسات الإجتماعية في تحقيق هذا الهدف من خلال تصحيح واحتواء أي اختلال يحدث في النظام الإجتماعي (٤٥).

ويعرف النموذج الارشادي للبنائية الوظيفية بالنموذج المحافظ لحرصه على مراعاة التوازن بين مكونات النظام الإجتماعي ومعارضته للتغيير، وهذه هي المسلمة الرئيسية التي يقوم عليها النموذج، والتي أثرت في الكثير من المفاهيم والنظريات السائدة في العلوم الإجتماعية. وقد ظلت هذه المسلمة ثابتة رغم كل محاولات تطوير البنائية الوظيفية، أو الخروج

عن النـزعة الموضوعية التجريبية التي تميزها من خلال تقديم تفسيرات ذاتية تقوم على الخبرة الفردية.

ويمكن القول أن النموذج البنائي الوظيفي هو الأكثر انتشارا وتأثيرا في القياسات الإعلامية، وخاصة التي تتطرق لبحث الأبعاد الإجتماعية لعمليات الإتصال، والفرضية الاساسية التي يقدمها هذا النموذج للقياسات الإعلامية، أن وظيفة الإعلام تنحصر في حفظ التوازن والإستقرار في المجتمع من خلال تحقيق التكامل والوحدة بين أفراد المجتمع، بالإضافة إلى وظائف التكيف والإستقرار (٤٦). ويركز التحليل الوظيفي – كما ترى جيهان رشتي – على توضيح المهام التي يسعى القائم بالإتصال إلى تحقيقها والنتائج التي تحدث بدون أن يهدف إليها، ويسعي في المستوى الأول إلى قياس تأثيرات عملية الاتصال بشكل عام كعملية اجتماعية، وعلى مستوي ثان يدرس وسيلة إعلامية أو أكثر، وفي المستوى الثالث يقوم بتحليل وسيلة الإتصال كمؤسسة، أما المستوى الرابع فيدرس أوجه النشاط الإعلامية الاساسية التي تتم بواسطة وسائل الإعلام (٤٧).

ويأخذ الكثير من الباحثين في مجال الرأى العام والإعلام، بنموذج البنائية الوظيفية، أو ما يعرف بالتيار التقليدي، الذي يطلق عليه منتقدوه المدخل الإجرائي أو الإداري Adminstrative approach، ومن أبرز ممثليه (بول لازرفيلد) (Paul Lazersfeld) ولـيرنر، وشـرام، ورأو، ودنيس ماكويل (denis Mcquail) ورأيت، ولانج (K. Lang)، وقد نشأت بحوث هؤلاء كاستجابة لاحتياجات المجتمع الأمريكي وحاجته الماسة إلى المعلومات الكمية والإمبيريقية الضرورية لصانع القرار، وكان الهدف من البحوث هو مساندة ودعم الأوضاع المجتمعية السائدة، والتوصل إلى كيفية

تحسين أداء أجهزة الإعلام، لاستخدامها كـأدوات فعالـة فـي تحقيـق الأهـداف والمصالح ذات الطابع الإقتصادي، ويشـكل ذلـك جوهـر البحـوث الإداريـة. من هنا جرى التركيز على بحوث التسـويق والادارة، والتركـيز أيضـا علـى القياس الكمي، وتنفيذ البحوث بمعزل عن سـياقها الإجتمـاعي والثقـافي (٤٨).

وعلى عكـس النمـوذج المعرفـي،.يركـز هـذا النمـوذج علـى دور الجماعة والمجتمع فـي تعريـف الـرأى العـام، وعمليـة تكوينـه، وتـأثيره، ووظائفه للفرد والمجتمع. وقد كاد هذا النمـوذج يسـود قياسـات الـرأى العـام في الخمسينيات والسـتينيات، ومـا يـزال مؤثـرا فـي القياسـات الإجتماعيـة والسياسية والإعلامية للرأي العـام.

ويعتبر عالم الإجتماع الألماني فردينـاند تونيـس Tonnies مـن رواد هذا النموذج حيث قـال فـي العشـرينيات: أن الـرأى العـام – كـرأي موحـد للجماعة – أمر لا يمكن تصـوره حتـى إبـان كفـاح الشـعوب عـن كيانهـا وحياتها، إذ أن الشجاعة فـي أفـراد الشـعب الواحـد متباينـه، والرغبـة فـي الحياة ليست واحده، كذلـك تختلـف أهـداف الجماعـات فـي الشـعب الواحـد وأغراضها وأضاف تونيس أن الحكومات الذكيـة الحكيمـة هـي التـي تحـاول دائما أن توحد رغبة أفراد الشعب الواحـد وجماعاتـه (٤٩).

وتأثر البورت إلى حـد كبـير فـي دراسـته لـلرأى العـام بـالنموذج الوظيفي، ويعكس تعريفه للرأي العـام الفرضيـات الاساسـية لهـذا النمـوذج، حيث يقرر أن الرأى العام هو مصطلـح يظهـر للدلالـة علـى رأي مجموعـة كبيرة من الأفراد، في موقـف معيـن، يسـتطيعون مـن خلالـه التعبـير عـن أنفسهم، أو يمكنهـم المطالبـة بـالتعبير عـن أنفسـهم إزاء مـا يؤيدونـه، أو يفضلونه، أو لا يؤيدونه، أو لا يفضلونه، سواء كـان موقفـا معينـا، أم شـخصا

معينا، أم اقتراح موقف معين، أم شخص معين، أم اقتراحا له أهمية كبيرة، ويستطيع هذا العدد المتباين من الأفراد بما له من ثبات واتساق في الرأى أن يؤسس لاحتمال قيام عمل فعال بطريق مباشر أو غير مباشر تجاه الموضوع المثار للنقاش (٥٠).

ورغم أن تعريف البورت – مثل مقاله المشهور نحو علم الرأى العام – قد حظي بقبول واسع، إلا أنه تعرض لعدة انتقادات إذ يرى فيليبس دفيسون أننا إذا قبلنا تعريف البورت عن الرأى العام، بوصفه رأي جماعة من الناس تتفاعل مع آخرين تجاه نفس القضية، فإن هناك أسئلة عديدة تظهر ويجب أن تبحث، مثل: كيف يمكن تحديد القضية المركزية في عملية تعريف الرأى العام؟، وما هو الجمهور، وكيف يمكن توقع سلوك الآخرين الذي يؤثر في تشكيل الرأى العام؟، وما تأثير هذا التوقع على سلوك واتجاهات افراد الجمهور؟، وما الخطوات التي يتم بها إعادة تشكيل الرأى العام؟، ويصف دفيسون تعريف البورت بأنه ناقص، وغير كاف للإجابة على عدد كبير من الاسئلة، كما أنه لا يقول شيئا عن الإعلام، وقادة الرأى ودور الجماعات الأولية، وهي أمور تؤثر بقوة في الرأى العام (٥١).

والملاحظ أن هذه الانتقادات وغيرها قد أفادت الباحثين الذين جاءوا بعد البورت، وتأثروا بالنموذج الوظيفي، أمثال جان ستوتزل Jean Stoetzel، ووليام ألبج William Albig، ودوب Doob، وكامبل Campbell، وفيليبس دافسون، وليبست Lipset، وديفيد إبتر David E.Apter وآخرين.

ويري دوب Doob أن الرأى العام هو اتجاهات الناس إزاء مسألة ما عندما يكونون أفرادا في نفس الجماعة الإجتماعية، ويفترض هذا

التعريف وجود اتجاهات ومناقشات حول هـــذه المســألة. وقــد مــيز دوب بيــن الرأى العام الكامن والرأى العـــام الصريـــح أو المعلــن. وركــز علـــى أهميـــة المتغير الثقافي، لأنه يؤثر في تحديد اتجــــاه الأفــراد وســلوكهم، وفـــي عمليـــة تكوين الرأى العام. ويرى دوب أن المتغير الثقافي يظهـــر مـــن خـــلال التنشـــئة الإجتماعية ودور القادة والأحداث. وخلـــص دوب إلـــى أن الـــرأى العـــام يتـــأثر بالثقافة لأنه جزء من الثقافة،كما أنه نوع بسيط مـــن الســلوك الإجتمـــاعى [٥٢].

ومـــع أن دوب لا يشـــير إلـــى العوامـــل الإجتماعيـــة مباشـــرة، إلا أن مجمل العوامل التي تكون المتغير الثقـــافي مـــن وجهـــة نظـــره يغلـــب عليهـــا الطابع الإجتماعي، من جهة أخرى فإن قوانيـــن أو مبـــادئ الـــرأى العـــام التـــي توصل إليهـــا تكشـــف عـــن نظريتـــه الإجتماعيـــة (السوســيولوجية) والتزامـــه الواضح بالوظيفية البنائية حيث يحصر هذه المبـــادئ فـــي:-

١- يظل الرأى العام كامنا - أي لا يعبر النـــاس عـــن آرائهـــم - حتـــى تظهـــر قضايا بين الجماعة، ولا تظهـــر هـــذه القضايـــا إلا عندمـــا يكـــون هنـــاك صراع وقلق وإحبـــاط.

٢- الرأى العام الحقيقي، هو الذي يحاول التقليل من حـــــالات الصـــراع والقلـــق والإحباط.

٣- يحتاج الرأى العام إلى تحقيق التكيف أو الانسجام وهـــو مـــا يحـــدث نتيجـــة زيادة مشاركة بعض النــــاس.

٤- إن الرأى العام الكامن يصبح خارجيـــا عندمـــا يكـــون الثـــواب أكـــبر مـــن العقاب [٥٣].

أما تعريف وليام البج فيدور حول كون الرأى العـــام هـــو نـــاتج عمليـــة تفاعل الأشخاص في أي شكل من أشـــكال الجماعـــة، ويشـــترط لهـــذا التفـــاعل

وجود موضوع مختلف عليه يخضع للجدل والنقاش وتبادل الأفكار داخل الجماعة، وأنتهى البج إلى أن الرأى العام هو مجموعة الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة وتعبر عن رأي الأغلبية (٥٤).

ولخص شيتلر Schettler خصائص عملية تكوين الرأى العام في وجود مسألة خلافية يدور حولها نقاش عام ثم ظهور جماعات لدى كل منها رأي عام، علاوة على التفاعل الإجتماعي، وارتباط الرأى العام بأهداف أو أغراض معينة للجماعة عادة ما يعبر عنها الرأى العام، وأشار شيتلر إلى أن الرأى العام يرمز إلى عملية تنظيم للاختلافات في الآراء، وأنه تعبير عن الآراء والأحكام، أو وجهات نظر تجاه بعض المسائل التي يكون فيها الأفراد أحرارا أو يشعرون بالحرية (٥٥).

وفي إطار النموذج الوظيفي قدم أحمد أبو زيد تحليلا لطبيعة ومقومات الرأى العام كمفهوم "يرتبط أساسا بالمجتمع الذي يعبر عنه، فالرأى العام يقوم في الجو الإجتماعي والشكل الذي يتخذه الرأى العام مستمد من مقومات نفس المجتمع، والرأى العام وظيفة من وظائف المجتمع يتأثر بما في المجتمع من تفاعلات وما يطرأ عليه من أوضاع، ومقومات الرأى العام في أي مجتمع تنبع من تاريخه وتقاليده وظروفه وتراثه، ومناخه النفسي، وأوضاعه الإجتماعية والسياسية والاقتصادية، ومن خبراته المختلفة، والرأى العام هو اتجاه وميول الناس ورغباتهم التي تتألف من قطرات صغيرة تتألف لتكون نهرا قويا يعبر عن الجماعة كلها، أو مجموعة احكام الجماهير على عمل ما، أو مجموعة آرائهم ووجهات نظرهم في الحياة العامة" (٥٦).

وخلط أبو زيد بين مقومات ومكونات الـــرأى العـــام، كمـــا ربـــط بيـــن العوامل الحضارية والمؤثرات الثقافية مـــن منظـــور أنـــثروبولوجي والعنـــاصر السيكولوجية، وربط بين عملية تكوين الـــرأى وعمليـــة تكـــون الإتجـــاه، حيـــث أشار إلى أن تكون الرأى العـــام يعنـــي قيـــام وجهـــة نظـــر جماعـــة أو إتجـــاه مشترك حول مسألة تعني الجماعة التـــي تتخـــذ هـــذا الموقـــف عقـــب مناقشـــة أوجه النظر في الأمـــر [٥٧].

وقدم عالم السياسة دافيد أبـــتر david E. Apter تعريفـــا لـــلرأي العـــام يرتبط بالعملية السياسية واختيار البدائل المتاحـــة، وهـــذا الاختيـــار ذاتـــه يجـــب أن تقوم به جماهير الشعب أو قطاعاته الرئيســـية، بحيـــث تصبـــح قـــادرة علـــى صياغة ما تراه ملائما ومحققا لمصالحها وقيمهـــا وأهدافهـــا ومطامحهـــا، وهنـــا يمكن القول بأن الرأى العام هو الذي يقـــرر السياســـة ويحســـم عمليـــة اختيـــار البدائل المتاحة، بل ويصبح على الرأى العام أن يقـــرز الدســـتور الملائـــم [٥٨].

علـــى أن الـــرأى العـــام يختلـــف فـــي المضمـــون أو التركـــيز بيـــن الأشخاص أو بين المجموعات، ومن الممكن أيضـــا أن يـــدرك ويؤثـــر سياســـيا بطرق مختلفة، وأن يدخل في قنوات بنية عملية إتخـــاذ القـــرار السياســـي، مـــن جهة أخرى فإن الفرد يكون عضوا في جماعـــات عديـــدة مثـــل جماعـــة العمـــل والجماعة الإجتماعية التي ينتمي إليهـــا، وجماعـــة النـــادي والديـــن والإســـرة، إضافة إلى أن الفرد يتفاعل يوميـــا مـــع أفـــراد جماعـــات أخـــرى. وكـــل تلـــك الجماعات تشارك في تشـــكيل آرائـــه إزاء الموضوعـــات التـــي تهمهـــا. وفـــي المقابل يساهم الفرد في تطوير أفكارهم كما يعتمـــد علـــى مـــا لديـــه مـــن أطـــر وقناعات في تشكيل رأيه، وقـــد تؤيـــد الجماعـــة آراء الشـــخص وتعززهـــا، أو تضع قيودا على ما يمكن قبوله من الآراء التـــي يقدمهـــا الفـــرد [٥٩].

ويورد أحمد بدر تعريفا للرأى العام بأنه "التعبير الحر عن آراء الناخبين – أو من في حكمهم – بالنسبة للمسائل العامة المختلف عليها، على أن تكون درجة إقناع الناخبين بهذه الآراء وثباتهم عليها كافية للتأثير على السياسة العامة والأمور ذات الصالح العام، وبحيث يكون هذا التعبير ممثلا لرأي الأغلبية ولرضى الأقلية (٦٠).

ويطرح كمال المنوفي تعريفا آخر للرأى العام، باعتباره وجهات نظر كل أو أغلب أفراد المجتمع حيال القضايا والأحداث والفاعلين في النظام السياسي، لا ينشأ ولا يدور في فراغ فهو أحد أنماط سلوك الذين يعيشون في ظل أوضاع إجتماعية وإقتصادية وسياسية وثقافية معينة، وبالتالى يتأثر من حيث تشكيله وإمكانية قياسه بهذه المتغيرات الإجتماعية (٦١).

والمتأمل لتعريفات الرأى العام السابقة يجد أنها تلتقي في نقاط وتختلف في أخرى، بيد أنها تغطي جوانب مهمة في ظاهرة الرأى العام، فالتعريف السياسي يركز على نتائج الرأى العام، ومدي تأثيره في العملية السياسية بوصفه رأي الأغلبية (٦٢). وبينما يتفق بلومر مع كي في أن الرأى العام ليس بالضرورة رأي الأغلبية، يختلفان حول الجمهور الخاص والعام وأشكال السيطرة الإجتماعية، إذ لا يهتم بلومر بتحليل طبيعة الجمهور وأشكال السيطرة الإجتماعية (٦٣).

ويلتقي دوب مع ألبج في الاهتمام بعنصر الإتجاه في تحديد الرأى العام، والتفاعل داخل نفس الجماعة الإجتماعية، والقول بأن الرأى العام هو رأي أو اتجاه الأغلبية. وهي أمور لم يقل بها كل من بلومر وكي، بكلام آخر إن ثمة خلافا بين كل من بلومر وكي في ناحية، ودوب والبج في

ناحية أخرى، حول طبيعة ودور الاتجاه في عملية تكوين الرأى العام، وهل الرأى العام هو اتجاه الأغلبية أم هو نتاج جمعي مؤلف من عدة آراء؟

والواقع أن هذا الخلاف يعكس إحدي مراحل تطور القياسات الوظيفية للرأي العام، حيث خضعت هذه القياسات لتأثير فرضية – انتقدت فيما بعد – هي أن الإتجاه يحدد الرأى [٦٤] أو أنه هو المنتج الذي يتولد عن الإتجاه [٦٥]، وترتبط هذه الفرضية كما سبقت الإشارة بالنموذج المعرفي وقد اتسع نطاق تأثيرها بعد أن قدم كاتز عام ١٩٦٠ تحليله لوظائف الإتجاهات، وتبعه عام ١٩٦١ كلمان Kelman في تحديد وظائف الآراء وعمليات تغييرها، وقد حصر كاتز وظائف الإتجاهات في التوافق مع البيئة، والدفاع عن الذات، والتعبير عن القيم والمعرفة [٦٦]. أما كلمان فقد ركز على التأثير الإجتماعي مقترحا ثلاث عمليات اساسية ترتبط بتغيير الآراء هي:-

١- الإذعان الذي يشير إلى حدوث تأثير توقعا لحدوث بعض الثواب أو تجنب العقاب.

٢- التماثل (التماهي) الذي يحدث عندما يرغب الفرد في أن يكون مثل المصدر ويعدل سلوكه وفقا لذلك.

٣- الذاتية حيث يميل الفرد لوصف التأثير على هدي من حاجاته وقيمه الموجودة قبل عملية الإتصال [٦٧].

وأوضح كلمان أن الفرد يختار الآراء من خلال معايير الجماعة التي ينتمي إليها، كما أن هذه الآراء ترتبط بمصادر اضافية وتعتمد على الدعم الإجتماعي، واقترح جدولا لشروط مسبقه ونتائج لكل عملية من العمليات الثلاث للتأثير الإجتماعي. واكد أن النموذج الذي يقدمه مفيد في

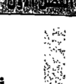
دراسة التأثيرات في المواقف الإجتماعية المختلفة، وما ينتج عنها من تغيرات في الرأى (٦٨).

وتبع كاتز وكلمان عدد من باحثي الإعلام والرأى العام الذين ركزوا على الوظائف المختلفة للآراء، ودورها في تشكيل الرأى العام، وخاصة وظيفة (المسايرة) Conformity التي تحقق فوائد إجتماعية كثيرة أهمها المساعدة في تشكيل الرأى العام غير المبلور، وتشكيل الجماعات وزيادة فاعليتها، والنقد الإجتماعي عن طريق تجميع الآراء والناس، ووضع معايير أخلاقية، والتحديد، والحرية، والحفاظ على التقاليد، والتقمص الوجداني، والتنمية الإقتصادية، والمسايرة السياسية (٦٩).

والملاحظ أن هذه الفوائد تنسجم مع مسلمات وأهداف النموذج الوظيفي الذي يسعي إلى حفظ توازن واستقرار النظام الإجتماعي، وحصر دور الرأى العام في هذا الإطار.

غير أن بعض القياسات التي حللت إجابات المواطنين الأمريكيين تجاه بعض القضايا في انتخابات أعوام ١٩٥٦، ١٩٦٤، ١٩٧٢، اثبتت ضعف الوفاق القيمي والايديولوجي بين الجمهور (٧٠).

على أي حال فقد أنحصرت موجة التأثير بفرضية أن الإتجاه ينتج الرأى، والتي يقوم عليها التحليل الوظيفي للاتجاهات والآراء، وبدأ التركيز على الظروف والقوي الإجتماعية (٧١)، والأثار والوظائف المعرفية، علاوة على الفهم كمنتج من منتجات الإتصال وأنعكست هذه التحولات على دراسة الرأى العام، وخاصة عملية تكوينه كما أثرت أيضا في تطور مفاهيم ونظريات التأثير، التي أكدت على التأثير المحدود والنسبي لوسائل الإعلام، وأن الآراء ليست عملية مستقلة، أو تلقائية فهي تتأثر بفاعلين إجتماعيين يؤثرون فيها من خلال وسائل الإعلام.



المبحث الرابع
نموذج التفاعلية الرمزية
(بناء المعنى) ودراسة الرأى العام

يركز هذا النموذج – كما يدل اسمه – على التفاعل الذي يعني وقوع فعل بين فردين، ومحاولة فهم هذه العملية، من خلال تفسير المعاني التي يعطيها الأفراد لأفعالهم، ويهتم هذا النموذج باللغة والرموز والمعاني المستخدمة في عمليات التفاعل، ويستخدم مجموعة من المفاهيم كالدور، والذات، والفعل الإجتماعي والأنظمة الإجتماعية، وبناء المعنى، والتفاوض بين الأفراد والجماعات المتنافسة في المجتمع لتحسين أوضاعها [٧٢].

ويعتبر هذا النموذج "محاولة لتحقيق نوع من الإلتقاء بين المفهومات السوسيولوجية والسيكولوجية، من خلال دراسة أنماط التفاعل والعلاقات الإجتماعية بين المجتمع والشخصية، وبين الجماعات والأفراد، أو التفاعل على مستوى الجماعات الصغيرة" [٧٣] وقد ارتبطت نشأته بأعمال مجموعة من الفلاسفة وعلماء الإجتماع والنفس الأمريكيين، أبرزهم جون ديوي (John Dewey) وجورج هربرت ميد (G. H. mead) وهربرت بلومر (H. Blumer) وشارلس كولي (C. Cooley) وإنسلم ستراوس (A. strauss) وآخرين.

وبصفة عامة يعكس هذا النموذج خصوصية الفلسفة والمجتمع الأمريكي واحتياجاته، حيث يؤكد على خصوصية وتفرد الإنسان وكونه فاعلاً في الحياة وليس مجرد رد فعل، وأن كل البشر متساوون ومستقلون ويعرفون مصالحهم ويتصرفون وفقا لها، وأن كل جوانب الحياة الإجتماعية

قابلة للتفاوض، دون أدنى اهتمام بفكرة الطبقات الإجتماعية والقوة في المجتمع (٧٤).

ولعل النزعة البرجماتية والخصوصية الأمريكية التي يعكسها هذا النموذج وراء محدودية أنتشاره خارج أوربا والتأييد المحدود الذي يحظى به في أوربا (٧٥). إضافة إلى نقاط ضعفه فيما يتعلق بتركيزه على تفاعل الأفراد والجماعات الصغيرة على حساب مجمل العلاقات الإجتماعية، وعدم اهتمامه بالخلفية الإجتماعية أو الوضع الإجتماعي للمشاركين في عمليات التفاعل (٧٦).

ورغم هذه الأنتقادات إلا أن هذا النموذج كان - ولا يزال - له تأثير بالغ في صياغة مسلمات وأهداف نموذج بناء المعنى، وقد أنتقل الاهتمام بنموذج بناء المعنى إلى الدراسات الإعلامية التي ركزت على دور الإعلام في المعرفة وبناء المعنى واستخدام اللغة، ويرى دفلير وروكيتش أن علماء الإعلام طوروا نموذجا عاما للمعنى يقوم على عدة مبادئ هي: أن الإنسان لديه ذاكرة تطور معرفته، والمعرفة تتكون من مفاهيم تشكل في معاني، والمعاني يمكن أن تتطور بواسطة الأفراد، أو من خلال رموز للتفاعل في لغة مشتركة، واللغة توضع في رموز تقابل معاني متفقا عليها، ويربط مستوى الاتفاق بين الرموز والمعاني، الأمر الذي يجعل الاتصال ممكنا بين من يلتزم بهذه القواعد. وأخيرا فإن رموز اللغة، والقواعد المتفق عليها بين أفراد يشتركون فيها تمكنهم من الاتصال، والتفاعل مع عالمهم الطبيعي والإجتماعي (٧٧).

وفي إطار نموذج بناء المعنى المنبثق والمعتمد كلية على التفاعلية الرمزية، توجد أربع نقاط للنقاش حول ما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل المعنى واستخداماته في الإتصال:-

١- وسائل الإعلام وبناء المعنى.

٢- نظرية الغرس

٣- وسائل الإعلام وترتيب أولويات إلاهتمام (وضع الأجندة).

٤- وظائف الكلام واللغة في وسائل الإعلام [٧٨].

وفي إطار هذا النموذج - أو تأثرا به - ظهرت تعريفات مختلفة للرأي العام ومفاهيم ونظريات خاصة بتكوين الرأى العام، تعكس المسلمات والغايات الأساسية للنموذج المعرفي من حيث محاولته التوفيق بيم مفاهيم ونظريات علم النفس وعلم الإجتماع، مع التركيز على دور اللغة والرموز في الإدراك، وبناء المعنى، وتكوين الإتجاهات والآراء.

من جهة أخرى فإن التأثر بالفلسفة البرجماتية والأوضاع التاريخية والمجتمعية في الولايات المتحدة أدى إلى منح مسلمه الفرد (المواطن) الحر الذي يعرف مصالحه دورا مركزيا في عملية تكوين الرأى العام، والنظر إلى عملية تكوين الرأى العام على أنها سلسلة من التفاعلات، وعمليات التفاوض المستمرة.

من هنا دارت تعريفات ممثلي هذه المدرسة حول كون الرأى العام هو ما يعرفه الناس أو يفكرون فيه أو ما تقيسه استطلاعات الرأى العام.

وتعتبر أعمال ليبمان حول الرأى العام من أبرز الإسهامات التي تنتمي إلى هذا النموذج، فقد أوضح في كتابه الرائد "الرأى العام" أن الرأى العام هو الصور التي في رءوسنا، ومثل هذا التعريف لا يمكن فهم أبعاده

إلا بتحليل رؤية ليبمان لدور وسائل الإعلام في نقل الحقائق وبناء المعاني، وخلق الصور والإدراك من خلال القوالب النمطية Stereotype.

لقد أكد ليبمان "أننا لا نري الأشياء أولا، ثم نتعرف عليها بل إننا نتعرف على الأشياء أولا ثم نراها، فنحن نلتقط أو نرى ما سبق أن حددته أو عرفته لنا ثقافتنا ، ونميل لإدراك ما نلتقطه من خلال ما لدينا من صور نمطية حددتها ثقافتنا" ويتابع "نحن نتعرف على العالم قبل أن نراه ونتخيل معظم الأشياء، قبل أن نتعامل معها" في هذا السياق أكد أن الرأى العام مقيد دائما بالقوالب النمطية التي في رءووس الناس [٧٩].

ويمكن القول أن ليبمان ميز على نطاق محدود للغاية بين الرأى العام والعواطف، إذ كان يري أن الرأى العام يعتمد أساسا على العواطف والقوالب النمطية، وأن الجمهور الحقيقي لا يتضمن الجماعات ذات الإهتمام الخاص التي تستطيع أن تبرر أو تقدم أسبابا لوجهات نظرها، وأكد ليبمان في تحليله للرأي العام أن الجمهور الحقيقي هو الذي يسترشد في أحكامه بالفهم العام السائد، ويقبل العمل به، [٨٠] الأمر الذي يعني أن ليبمان استبعد الأفراد والجماعات ذات الاهتمام الخاص، والتي تتحدى الأحكام العامة والقوالب النمطية السائدة، وتحاول أن تكون آراءها على أسس عقلانية.

والمدهش أن المتأثرين بإسهامات ليبمان، وممثلي نموذج التفاعلية الرمزية بصفة عامة، لم يتفقوا مع استنتاجات ليبمان حول لاعقلانية الرأى العام لكونه يعتمد على المعرفة المشوهة والقوالب النمطية والعواطف، وقالوا على العكس بليبمان الرأى العام، لكنهم أخذوا عن ليبمان تعريفه للرأي العام واهتمامه بدور اللغة، والصور، في عملية الإدراك وبناء

المعاني والرموز والصور عبر التفاعل بين الجماعات، من جهة وبين الفرد وثقافته من جهة ثانية.

لقد قدم هربرت بلومر Herbert Blumer الذي يعد من أبرز ممثلي التفاعلية الرمزية تعريفا مغايرا لما ذهب إليه ليبمان وممثلو نموذج التفاعلية الرمزية، حيث رفض مقولة أن الرأى العام هو ما ترصده استطلاعات الرأى العام، وأكد أنه "نتاج جمعي، فهو نتاج لتفاعل بين جماعات وظيفية تختلف بالنسبة لمصالحها ووضعها الإستراتيجي في المجتمع، وتختلف في نفوذها وقوتها، ومن ثم في قدرتها على العمل والتأثير، و تشكيل الرأى العام والتعبير عنه" (٨١) والرأي العام عند بلومر ليس بالضرورة رأي الأغلبية، أو الرأى الشائع بين الأفراد أو الرأي الذي يجمع عليه الأفراد، بل هو باعتباره رأيا جمعيا قد يختلف – غالبا ما يختلف – عن رأي أي جماعة من الجماعات التي يتكون منها الجمهور، فالرأى العام ينظر إليه كرأي مؤلف من عدة آراء، أو يمكن النظر إليه "كالنزعة المركزية" التي يحددها الصراع أو النضال بين الآراء المختلفة، وبالتالى يتشكل بناء على القوة النسبية للآراء المتعارضة" (٨٢).

ومهما يكن من أمر الخلافات بين ممثلي نموذج التفاعلية الرمزية أو المتأثرين به، فإن ثمة نقاط أتفاق قوية تربط بينهم في دراسة الرأى العام، لعل أهمها عملية التفاعل في تكوين الرأى العام، وتغليب الجوانب العملية، والتنافس، والنظر إلى الرأى العام كناتج لعملية تفاوض ومساواة بين أفراد وجماعات مختلفة، والتركيز على النتائج العملية للرأي العام.

وتنطلق مسلمات التفاعلية الرمزية في دراسة الرأى العام من أنه لا يمكن القول بوجود رأي عام بدون حدوث إتصال بين الأفراد الذين ينتمون

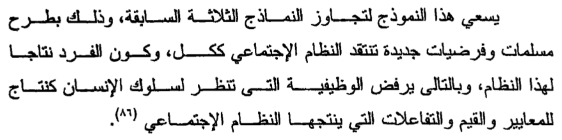
إلى جماعة، أو بين الجماعات، وتستخدم اللغة عادة سواء كانت شفهية أم مطبوعة أم مجرد إيماءات في التفاعل الاجتماعي، ومن خلال استخدام اللغة يمكن أن يحدث تبادل ونقاش للأفكار، ومن خلال الرموز والدلالات يمكن أن يشترك الأفراد في الخبرات، ويتفقوا على المعاني، ويتوصلوا إلى الحقيقة، وبذلك يتكون الرأى العام (٨٣).

وبطبيعة الحال فإن الاتفاق على المعنى والتوصل إلى الفهم يعتمد على رموز وأفعال مشتركة، وإذا حدث غموض أو عدم اتفاق حول بعض الرموز فإن ذلك يؤدي إلى مشكلات في المعاني، وبالتالى مشكلات عند مناقشة قضايا الرأى العام والتعبير عنه. (٨٤) لذلك فإن نموذج التفاعلية الرمزية يعطي أهمية كبيرة لعمليات المشاركة في المعنى والإدراك والعلاقة بين اللغة والمعرفة بالواقع والسلوك الناتج عن ذلك بما فيه السلوك الإعلامي. ولاشك أن مجمل هذه العمليات يرتبط بالإطار الثقافي إذ إن الرموز لا يمكن فهمها إلا في إطار ثقافي، من هنا جاء تأثير هذا النموذج في عدد كبير من الباحثين المهتمين بالدراسات الإعلامية عبر مجتمعية.

ويوضح تطور قياسات الرأى العام المتأثرة بنموذج التفاعلية الرمزية زيادة الاهتمام بدراسة اللغة والدلالات والرموز – وخاصة الرموز السياسية – والقوالب النمطية وتأثيرها في عمليات الإدراك وتشكيل الاتجاهات والآراء، أي الاهتمام بالجوانب الإدراكية والمعرفية جنبا إلى جنب مع عملية التفاعل الإجتماعي. لكن هذا الاهتمام جاء علي حساب محاولات تعريف الرأى العام إذ طغت التعريفات البرجماتية، التي ترى أن الرأى العام أصبح في الحياة المعاصرة كل ما يعتقد الناس في وجوده، أوعلى حد قول ليمرت Lemert إن الرأى العام هو إدراك أن الرأى العام موجود (٨٥).

المبحث الخامس

نموذج التغيير الإنساني "النموذج النقدي" ودراسة الرأى العام



يسعي هذا النموذج لتجاوز النماذج الثلاثة السابقة، وذلك بطرح مسلمات وفرضيات جديدة تنتقد النظام الإجتماعي ككل، وكون الفرد نتاجا لهذا النظام، وبالتالى يرفض الوظيفية التى تنظر لسلوك الإنسان كنتاج للمعايير والقيم والتفاعلات التي ينتجها النظام الإجتماعي [٨٦].

إن نموذج التغيير الإنساني "النقدي الجديد" يرفض الوضعية وادعاء الموضوعية، والحتمية، التي تميز الوظيفية، وينظر للعالم الإجتماعي من منظور يميل إلى أن يكون اسميا، ويؤمن بحرية الإرادة وحق الإنسان في التحرر من كل القيود التي تفرضها التنظيمات الإجتماعية الراهنة، وحقه أيضا في تغيير واقعه وتنمية قدراته، كما يركز على معرفة الجزئيات، ومع ذلك فقد تأثر هذا النموذج ببعض مقولات الوظيفية، والماركسية، والإتجاهات التأويلية interpretive، التى تسعى إلى فهم الطبيعة الأساسية للعالم الإجتماعي على مستوى الخبرة الذاتية وفي إطار الوعي الذاتي [٨٧] من هنا فضلنا تسميته بنموذج التغيير الإنساني تمييزا له عن النموذج النقدي التقليدي للماركسية أو ما يعرف بنموذج التغيير الراديكالى البنيوي.

وساهمت مدرسة فرانكفورت وخاصة أعمال ماركيوز (H. Marcuse وهابرماس Habermas ، إضافة إلى أعمال سارتر وإريك فروم في تطوير هذا النموذج، الذي يتميز بقدر كبير من المرونة والإبتعاد عن الحتميات، الأمر الذي ساعد كثيرا من النظريات والإتجاهات على

الاستفادة منه والتعايش والتجديد في إطاره، حيث نمـا فـي إطـاره مـا أصبـح يعرف بالقياسـات الثقافيـة المعـاصرة Contemporary Cultural Studies، وهو حقـل جديـد فـي العلـوم الإجتماعيـة يعنـى بدراسـة ونقـد النمـاذج والنظريات السائدة فـي العلـوم الإجتماعيـة، ومحاولـة كسـر الحـدود التـي تفصلها والتأليف والتركيب بينهـا (٨٨).

وتتبني القياسات الثقافية مفهومـا شـاملا للثقافـة يقـترب مـن مفهـوم أسلوب الحياة Way of life، وتركـز علـى رؤى الحيـاة والقيـم والمعـايير الإجتماعية والرموز واللغة، وتدعـو إلـى الأخـذ بالنسـبية الثقافيـة، واحـترام الخصوصية التاريخية والثقافية لكـل مجتمـع، ورفـض النـزعة الأوربيـة - الغربية المتمركزة حول الذات (٨٩) كما تدعـو إلـى إعـادة النظـر إلـى الديـن وتقييمه كنموذج يوجه الناس إلى الحياة والمعرفـة فـي العـالم (٩٠) والاسـتفادة من القياسات الثقافيـة مـن الأطـر والنظريـات العامـة للتـاريخ والإجتمـاع والآداب وعلـم النفـس واللغويـات والفلسـفة والأنثروبولوجيـا ومـن بعـض عناصر الإقتصـاد (٩١).

ويلاحظ ضعف تأثير نمـوذج التغيـير الإنسـاني فـي بحـوث الـرأى العام، لأن إهتمام الباحثين فـي مجـال الـرأى العـام بـه لـم يظهـر إلا فـي الستينيات، ورغم ذلك فقد ساعد هذا النموذج عددا مـن البـاحثين علـى تغيـير وتطوير أفكارهم.

وفي هذا السـياق بـرزت مسـاهمات نوردينسـترنج (Nordenstreng) وإنزنسـبرجر (enzensberger) وشـيللر (Scilleer) وهـاملينك (Hamelink) ومـيردوك (Murdock) وجلولدينـج (Golding) وسـيمز (smythe) وجيمـس هـالورأن (James halloran) وبيـتر جولدنـج (Peter

(Golding وهؤلاء لم يهتمـــوا فقــط بحصـــر وتحليــل كيــف تعمــل وســائل الإعلام في ظل الرأسمالية الإحتكاريـــة ودور الإعــلام فـــي تســويق البضــائع والمرشحين، بـــل ركـــزوا أيضــاًعلى الاختبــار النقــدي لمخرجــات وســائل الإعلام للاستدلال على المسموح به من الإهتمامــات، وعمليــة وضــع الأجنــدة وتأثير الجمهور في الرأى العام، وطرحـــوا فكــرة أن الإعــلام ينتــج المتلقيــن كما أكدوا أهمية أن تبدأ بحوث الإعلام بـــالتركيز علـــى النـــاس وليــس رســائل أو وسائل الإعلام، ووسعوا نطاق ومجـــال أفكـــارهم لتشــمل علاقـــات التبعيـــة الإعلامية والثقافية بين الـــدول الصناعيـــة المتقدمـــة ودول الجنـــوب، وركـــزوا في هذا الصدد على دور الشركات المتعـــددة الجنســـية [٩٢].

وينتقد نموذج التغيير الإنســـاني "النقــدي الجديــد" كــلا مـــن النمـــوذج الوظيفي ونموذج التغيـــير البنيـــوي (الماركســـي) فـــي بحـــوث الـــرأى العـــام والإعلام لأنهما وقعا فـــي خطـــأ التركـــيز علـــى طـــرق القيـــاس الإمبـــيريقي، والاهتمام بعوامل دون أخرى، فالماركســـيون قدمـــوا وظيفـــة مـــن نـــوع آخـــر تعتمـــد فـــي تحليــل دور وســـائل الإعــلام فـــي حـــدود القـــوي الإقتصاديـــة الإجتماعيـــة المســيطرة، كمـــا أنهـــم ركـــزوا علـــى المنتجيـــن، بينمـــا ركـــز الوظيفيون على المســـــتهلكين [٩٣] وتجـــدر الإشـــارة إلـــى أن نمـــوذج التغيـــير البنيوي يركز على نقد الأوضاع القائمـــة فـــي المجتمعـــات الرأســمالية الغربيـــة بصورة كلية، ويدعو للتغيير من خـــلال صـــراع بنيـــوي يلعـــب فيـــه العـــامل الاقتصادي دورا رئيســـا، وفـــق الفرضيـــات والمفـــاهيم الأساســـية للماركســـية حول قوى الإنتاج وعلاقات الإنتاج والصـــراع الطبقـــي والإغـــتراب والهيمنـــة وتزييف الوعي.

وتأثرت بعض بحوث الإعلام بفرضيات نموذج التغيير (الراديكالى) البنيوي ، حيث نظرت إلى وسائل الإعلام بنفس الطريقة التي ينظر بها المجتمع، وركزت على أن دور الإعلام في خدمة الطبقة الرأسمالية الإحتكارية، وتزييف وعي الجماهير وإخفاء الفروق الطبقية وتبرير إغتراب الإنسان وكذلك دور الإعلان في خلق المستهلك (٩٤).

لكن هذه الرؤية تأخذ شكلا مبسطا لعلاقة إفتراضية بين البناء الإقتصادي والعلاقات الإجتماعية من جهة، وطبيعة الثقافة المنتجة بواسطة وسائل الإعلام في المجتمع الرأسمالي من جهة ثانية، وقد ظلت هذه الرؤية التقليدية مسيطرة على بحوث الإعلام المتأثرة بنموذج التغيير البنيوي، وقد طور ألتوسير وبولانتزلس هذا الإتجاه حيث ركزا على بعض مخرجات النظام الإعلامي وتأثيره في التعليم والتنشئة الإجتماعية، وكون الإعلام يعمل مع الكنيسة والمدرسة والأسرة كأدوات لفرض أيديولوجية الدولة وهيمنتها (٩٥).

لقد برز مفهوم الهيمنة Hegemony بوصفه آلية معقدة لامتلاك القوة في السياسة والإجتماع والثقافة والسيطرة على مجمل الأوضاع المجتمعية، ويتضمن مفهوم الهيمنة الثقافية القيم ورؤية الأفراد لأنفسهم وللعالم (٩٦). وقد استخدم المفهوم في التحليل الثقافي وتحليل النظام الإعلامي وفق نموذج التغيير البنيوي.

وركز تيار اليسار الجديد – الذي عرف في الستينيات – على دراسة ملكية الصحف ودور الإعلام في عملية الهيمنة في المجتمعات الرأسمالية، وأضاف إليها أبعادا جديدة تتضح في أعمال رالف ميلبند "ralph Miliband" الذي توقف عند ما تعكسه وسائل الإعلام في

المجتمعات الرأسمالية الغربية من خلافات في الرأي، وخلص رالف إلى أن وسائل الإعلام تطور هذه المجتمعات من خلال سعيها إلى الإصلاح الأمر الذي يؤكد دورها الوظيفي، وأن كلا من وظيفة التعبير عن النظام والآراء المختلفة بداخله، علاوة على وظيفة الهيمنة، تعني في التحليل الأخير دعم النظام الرأسمالي (٩٧).

ورغم أهمية هذه الإضافات إلا أن خطورة التحليل وفق نموذج التغيير البنيوي تكمن في أنه يعرف الاجابة قبل أن يسأل ويركز على رؤية الاغتراب والإستغلال والاستخدام الأيديولوجي دون إهتمام بالموضوعات الأخرى، كما أن المجتمعات الاشتراكية تستغل وسائل الإعلام أكثر بكثير من المجتمعات الرأسمالية الغربية (٩٨).

على أي حال لقد استفاد نموذج التغيير الإنساني "النقدي الجديد" من مسلمات وإسهامات نموذج التغيير البنيوي، وطور منها، كما استفادت البحوث التي أخذت بنموذج التغيير الإنساني من أعمال هابرماس في تفكيك اللغة وتوضيح عمليات ونظم الإتصال (٩٩) ومن الأخذ بالأسلوب الجماعي في إجراء البحوث الإعلامية، وكذلك من المداخل التفسيرية والنقدية التي تقوم على الاستقراء inductive ، أي استنباط التعميمات من وقائع جزئية، والتحريك من المستوى الإمبيريقي إلى المستوى النظري مع عدم إهمال النظرة الكلية أو الشمولية للظاهرة موضوع الدراسة، بل دراستها بشكل كلي ودراسة السياق الأشمل ، والذي لا يعني البنية التي تحيط بالفعل أو الحدث بل يعني السياق بالنسبة للأفراد المنغمسين في الفعل الإتصالي (١٠٠). لقد خلص جدنس وميردوك (Giddens and Murdock) إلى أنه لا توجد نظرية للاتصال الجماهيري يمكن أن تتبلور بدون تناسب

مع نظرية للمجتمع وموضع عمليات الإتصال في المجتمع [١٠١] بينما أكد فرد إنجلز (Feed Inglis) على ضرورة أن تحافظ نظرية الإعلام على حق الفرد في التأويل الذاتي لما يراه من أحداث ومشاهد ومواد إعلامية مختلفة، كما يجب ألا نفرق في فهم نظرية الإعلام وتأثير الإعلام على المشاهد من منظور الخلفية الاقتصادية السياسية فقط، فهذه الخلفية مهمة لكن هناك أبعاد أخرى ينبغي الاهتمام بها [١٠٢].

وفي مجال دراسة الرأى العام تتجلى الطبيعة النقدية لهذا النموذج في أوضح صورها عند دراسة الرأى العام، إذ ينظر ممثلو هذا النموذج أو المتأثرون به إلى الرأى العام كما تعرفه وتتحدث عنه قياسات الرأى العام كظاهرة غير موجودة في الواقع، لأن هذه القياسات على اختلاف تخصصاتها تفترض أن الرأى العام يقوم على النموذج النقي للمجتمع التنافسي كما صاغه جان جاك روسو حيث كان الأفراد متساوين، لكن هذه الفرضية غير قائمة الآن [١٠٣].

ويعني ذلك أن نموذج التغيير الإنساني "النقدي الجديد" ينظر إلى الرأى العام كظاهرة تاريخية عرفتها المجتمعات الأوروبية في مرحلة من مراحل تطورها الرأسمالي وسيادة الفكر الليبرالى، ثم انتهت واختفت هذه الظاهرة من المجتمعات الرأسمالية المعاصرة.

أما ما تقدمه استطلاعات الرأى العام من نتائج فهو مجرد قياس لقدرة الطبقات الحاكمة على السيطرة الإجتماعية وتزييف وعي الجماهير، وفي هذا الصدد يذكر شيللر "أن استطلاع الرأى يمكن، من الوجهة النظرية، أن يكون أحد أشكال التكنولوجيا المحايدة ، ولكنه يلعب بمجرد الشروع في استخدامه دورا في صياغة السياسات يخدم نوعا من الهدف

الإجتماعي المعتاد، ولقد أضاف استطلاع الآراء أداة جديدة ومرنة للغاية لمجموعات الأدوات المعاصرة للسيطرة الإجتماعية" (١٠٤).

ومثل هذا المنظور يوضح ندرة اهتمام ممثلي هذا النموذج بوضع تعريفات للرأي العام، أو تحليل عملية تكوين الرأى العام وتأثيره في السياسة العامة. وتركيزهم في المقابل على نقد الإنتاج النظري والممارسات العملية وخاصة قياسات الرأى العام، ومطالبتهم بإجراء تغييرات هيكلية في بنية المجتمع وعلاقات القوى والسيطرة، بما يضمن المساواة بين الأفراد والتدفق الحر للأخبار والمعلومات وحرية الرأى والتعبير (١٠٥).

ولتوضيح نظرة ممثلي نموذج التغيير الإنساني "النقدي الجديد" لابد من التوقف عند أفكار هبرماس عن الرأى العام والميدان والمجال العام Public Sphere والتي أثرت في عدد كبير من المهتمين بدراسة الرأى العام رغم طبيعتها الفلسفية المعقدة، وقد وردت هذه الأفكار في أطروحته الثانية للدكتوراه عام ١٩٦١ ، التي نشرت في كتاب بعنوان الميدان العام The public sphere عام ١٩٦٢، والكتاب هو دراسة للدعاية والإعلام كوسيلة فعالة ومباشرة من وسائل هيمنة الدولة ومؤسساتها البيروقراطية بحيث تسهم في تكوين رأي عام يوازي أهدافها على الدوام، ولا تسمح لهذا الرأى بأن يتعارض مع برنامجها ومشروعها العام في السيطرة (١٠٦).

ويوضح الكتاب التطور التاريخي لهذه العملية المعقدة بدءا من نهاية القرن السابع عشر وأوائل القرن الثامن عشر، حيث برز دور الطبقة البورجوازية في قيادة عملية التحول الرأسمالي على أنقاض النظام

الإقطاعي، في هذا السياق ظهرت أسس الحوار والمناقشات العامة الحرة ثم المؤسسات التمثيلية.

والمسلمة الأساسية عند هبرماس أن المجال العام ارتبط بهذه التحولات، ويعتبر الميدان العام ساحة اللقاء والصراع بين الدولة والمجتمع المدني، وميدانا يتوسط بينهما. والميدان العام أيضا هو الإطار الذي يظهر فيه الرأى العام نتيجة الجدل والنقاش والتفاعل الحر بين المواطنين على أسس من حرية الرأى والإجتماع والتعبير حول المسائل العامة التي تهم المجتمع. وتؤدي هذه الضمانات إلى آراء نقدية لسلطة الدولة، علاوة على تنظيم الجمهور لنفسه وتشكيل رأي عام مؤثر.

هكذا ارتبطت نشأة كل من المجال العام والرأى العام بانهيار النظام الإقطاعي والتحول الرأسمالي ونشأة الدولة القومية الحديثة. ويرى هبرماس أن المجال العام يتطلب عمل وتنافس كل مؤسسات المجتمع والتدفق الحر للمعلومات وحرية الاجتماع والتعبير لأنه الذي يضمن سيطرة المجتمع المدني، لكن مع تطور المجتمعات الرأسمالية الحديثة وظهور دولة الرفاهية الإجتماعية تقلصت أو اختفت الأسس التي يقوم عليها المجال العام، وبالتالى ضعفت فرص وقدرة الجمهور على تنظيم نفسه بشكل حر والتعبير عن نفسه من خلال الرأي العام [١٠٧].

والملاحظ أن نقاش هبرماس لأزمة المجال العام والرأى العام ارتبط بالخبرة الأوربية التاريخية لأوربا والتطور الرأسمالي الذي حدث فيها، وأنعكاس ذلك على تطور وسائل الإعلام الحديثة، والدعاية باعتبارها من بين أدوات الميدان العام، إلا أنها خضعت للسيطرة والتوجيه من قبل الدولة والطبقات الإجتماعية الحاكمة، فالميدان العام يدعم المجتمع المدني

ويستخدم العمليات الديمقراطية لتحديد الأهــــداف والمعـــاني مـــن أجـــل تعـــاون الدولة والجمهور، ويفترض أن تقوم وسائل الإعــــلام بـــدور أساســـي فـــي هـــذه العمليات من خلال تقديم الأخبــــار والمعلومـــات (١٠٨).

لكـــن كـــل ذلـــك تقلـــص واختفـــى الأصـــل النقـــدي فـــي المناقشـــات وأنحصرت حرية الرأى العام المباشرة التي تمتـــع بهـــا ســـابقا، وأخـــذ يتكـــون ويعبر عن نفسه بشكل غير مباشر، وفي أشـــكال وســـيطة.. وغـــابت الإتصاليـــة النقدية الأولي لتحل محلها اتصاليـــة وســـيطة هـــي أنعكـــاس لـــرأي مؤسســـات تقف وراءها وتنسج أفكارها الأساسية فتؤثر علـــــى الـــرأى الإجتمـــاعي لتخلـــق ما يسمي بالرأى العام المعاصر الذي يعكـــس بشـــكل أو بـــآخر مصلحـــة هـــذه المؤسسات (١٠٩).

هكذا أنحصر الإطار التحليلـــي لهبرمـــاس فـــي المجتمعـــات الأوربيـــة الرأسمالية، وبالتحديد التطور الرأسمالي في غـــرب أوربـــا، الأمـــر الـــذي يقلـــل من مصداقية وفاعلية التحليل إذا ما طبق على مجتمعـــات غـــير أوروبيـــة ربمـــا لم تعرف المجال العام أو لم تعرفه بـــالمفهوم الـــذي طرحـــه هابرمـــاس، كذلـــك فإن أفكار هبرماس للخروج من أزمـــة الميـــدان العـــام والـــرأى العـــام ترتبـــط بظروف وأوضاع المجتمعات الأوربيـــة حيـــث دعـــا إلـــى اســـتعادة وتطويـــر النقاش الحر والعمليات الاتصالية النقدية التـــي عرفتهـــا المجتمعـــات الرأســـمالية عند نشأة الدولة الرأســـمالية.

خلاصة القول أن أفكار هابرماس عـــن الميـــدان العـــام والـــرأى العـــام مازالت تمثل نموذجا ملهما لعدد كبير من البـــاحثين، ومـــع ذلـــك فـــإن البـــاحث العربي لابد أن يشير إلـــى أن تحليـــل هابرمـــاس ومقترحاتـــه لتجـــاوز أزمـــة تزييف الرأى العـــام تعكـــس فـــي مجملهـــا خصوصيـــة المجتمـــع الأوروبـــي

وخبرته التاريخية، وهي ليست سمة تخص أفكار هابرماس بل إنها سمة عامة تشترك فيها - كما سبقت الإشارة - معظم الأعمال النظرية والممارسات الميدانية في مجال دراسة الرأى العام، الأمر الذي يدعو إلى التعامل معها بحذر والإستفادة منها في ضوء الأوضاع المجتمعية والثقافية والظروف التاريخية للمجتمع المصري.

على أي حال لقد لفت هابرماس الأنظار إلى أهمية التحليل التاريخي لظاهرة الرأى العام وتطورها في ضوء تطور المجتمعات الرأسمالية وتوزيع القوى في المجتمع وتأثيرها على النظام الإتصالى، وقد ظهرت عدة قياسات وتقسيمات لمراحل تطور الرأي العام استنادا إلى فرضيات نموذج التغيير الإنساني.

ومن بين هذه التغييرات ما قدمه توم بيرنس Tom burns حيث أشار إلى أن التغييرات التي حدثت في بنية المجتمع الرأسمالي تحققت من خلال الإستجابة للضغوط التي تحدث من خلال العملية البرلمانية، أو من خارجها، وقد أمكن خلق وعي بالضغوط التي تحدث من خارج العملية البرلمانية والإنتخابات بواسطة أربعة أشكال رئيسية للتعبير عن الرأى العام هي:-

١- الإجتماعات والمظاهرات.

٢- الكلام أو الكتابة.

٣- بعض الأعمال التي تعبر عن مظاهر قلق إجتماعي وسياسي كأعمال الشغب والاغتيالات.

٤- أعمال تحدث للضغط من أجل التغيير مثل الأعمال المدنية أو الثورة.

لقد ظهرت الأشكال الأربعة في القرن العشرين، وظهر الشكلان الأول والثاني خلال القرن التاسع عشر، وخلال الستينيات من هذا القرن

حدث تغيير لتأكيد ودعم تـــأثير هذيــن الشــكلين، وذلــك لعــدة أســباب منهـــا الطبيعة الدولية للاقتصاد السياسي والإجتمـــاع، وكــثرة وتنــوع الوســائل التـــي يعبر الرأى العام بها عــن نفســه، لكــن إلــى جــانب ذلــك بــرزت الســيطرة الحاسمة والمكثفة على الرأى العـــام، مــن خــلال عمــل المتخصصيــن مثــل السياسيين المحترفين والإعلاميـــن المتخصصيـــن (١١٠).

ويمكن القول أن اهتمام نموذج التغيير الإنساني "النقدي الجديد" بالتـــأصيل التاريخي لأزمة الرأى العام يمثل أحد أهم إسهاماته، وخاصـــة أنــه يربــط بيــن المتغيرات الإجتماعية والإقتصادية وتطور وســائل الإتصــال فــي المجتمعــات الرأسمالية، أو ما أطلق عليه أرماند ماتلارت التحليل الطبقي للاتصال الذي ينظــر لوسائل الإعلام والمضامين التي تقدمها في ضوء علاقات القوى والســيطرة بيــن الطبقات داخل المجتمع والأيديولوجيا السائدة، علاوة علـــى الإنتــاج الرأســمالي للإعلام والثقافة والرأى العام، الذى يتامل مع الإعلام والثقافة وقياسات الرأى العام كسلع تخضع للربح والخسارة ولأذواق المستهلكين، وينتهي هذا التحليـــل إلــى أن أزمة الرأى العام هي نتيجة لتزييف الوعي الإجتماعي (١١١).

وكان هبرماس قد أشار إلى تحــول الثقافــة إلــى ســلعة فــي المجتمــع الرأسمالي وسيطرة الدعايـــة علــى مجــالات ووســائل الميــدان العــام بحيــث اصبحت قادرة على تكوين رأى عام يبرر هيمنة الدولـــة علــى المجتمــع وفــق صور جديدة مع الحفاظ على قوتهـــا ومحتواهـــا بمســاعدة شــبكة كبــيرة مــن المؤسسات التابعة للدولة كالصحافة اليومية الموجهـــة سياســيا أو عــن طريــق الانتخابات، ويخلص هابرماس إلى أن الرأى العام فـــي حقبــة الدعايــة الشــاملة ذات الطبيعة الاحتكارية غدا عربـــة تقودهـــا إرادة الســلطة القائمـــة وتوجهاتهـــا في حين كان ينبغي أن يكون هـــذا الــرأى هــو الدليــل الــذي يوجــه سياســة

السلطة وقراراتها، لكنه قد تخدر وغدا محض رضـــاء عـــام وموافقـــة جماعيـــة مصنعة ومسيسة وجاهزة لتأييد السلطة فـــي كـــل مواقفهـــا أو مســـتعدة للتهليـــل والهتاف في حياة النظام السياسي والحكومـــة الراهنـــة (١١٢).

حصاد ما سبق، يرى ممثلو نموذج التغييـــر الإنســـاني "النقـــدي الجديـــد" أن الرأي العام في صـــوره المعـــاصرة وخاصـــة نتـــائج اســـتطلاعات الـــرأي العام والانتخابات، ما هو إلا محصلـــة أو نتيجـــة للوعـــي الإجتمـــاعي الزائـــف الذي تخلقه وتروج له الدولة ومؤسساتها المختلفـــة، لذلـــك أشـــار تـــوم بـــيرنس Tom Burns إلى أشكال من الرأى العام تعبر عـــن نفســـها خـــارج مؤسســـات الدولة، ومن جهة ثانية أكد بورديبه Bourdieu أنه لا وجـــود لـــرأي عـــام حـــر وقادر على توجيه سياسة الدولة (١١٣). بينمـــا أشـــار الســـيد يســـين إلـــى أزمـــة الرأي العام فـــي مختلـــف النظـــم السياســـية المعـــاصرة الليبراليـــة والشـــمولية والتسلطية نتيجة "القيـــود المفروضـــة علـــى تشـــكيل الوعـــي الإجتمـــاعي بمـــا يتضمن ذلك من تقييد حرية الـــرأى ووضـــع العقبـــات أمـــام معرفـــة الأخبـــار وتداولها والرقابة المباشـــرة وغـــير المباشـــرة علـــى حريـــة النشـــر والتعبـــير، وعمليات الدعاية والإعلام التي يقصـــد منهـــا خلـــق وعـــي زائـــف أو مقيـــد أو محاصر، كل هذه القيود تمنع واقعيا تكـــون رأي عـــام حقيقـــي ومؤثـــر وفعـــال وقادر على القيام بوظـــائف الرقابـــة علـــى أجهـــزة الدولـــة ومؤسســـاتها ونقـــد ممارسات السلطة وسياستها في المجتمعـــات السياســـية المعـــاصرة" (١١٤).

إن تأكيد نمـــوذج التغييـــر الإنســـاني "النقـــدي الجديـــد" علـــى العلاقـــة الوثيقة بين الرأي العـــام والوعـــي الإجتمـــاعي الصحيـــح قـــد انعكســـت علـــى المحاولات القليلة لتعريف الرأى العـــام التـــي قدمهـــا ممثلـــو هـــذا النمـــوذج، إذ ركزت هذه المحاولات على عنصـــر الوعـــي الإجتمـــاعي. فـــي هـــذا الســـياق

عرف فريدريش بولوك Fridrich Pollock الرأى العام بأنـــه ليـس شـيئا فـي ذاته، بل هو أنعكاس للظـــروف والأوضـــاع الإجتماعيـــة التـــي تربـط النـــاس بعضهم ببعض، وتحديد خبرتهم بكونهم أفرادا لهـــم وجـــود مســتقل إلا أن هـــذه الظروف والأوضاع الإجتماعية تؤكد نفســـها فـــوق إرادة الأفـــراد (١١٥).

وقدم مختار التهامي تعريفا رائدا للرأي العـــام بوصفـــه "الـــرأى الســائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضيـــة أو أكـــثر يحتـــدم فيهـــا الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمهـــا الإنســـانية الأساســـية مســـا مباشرا" (١١٦) وقد أوضح مختار التهامي العنـــاصر الســـتة التـــي يقـــوم عليهـــا تعريفه وهي: -

الرأى السائد بين أغلبيـــة الشـــعب مـــع احـــترام الآراء المخالفـــة. أمـــا عنصر الوعـــــي أو الأغلبيـــة الواعيـــة فيعنـــي "إبـــراز دور وســـائل الإعـــلام والتوعية والتنظيمات السياسية الشـــعبية فـــي إلقـــاء الأضـــواء علـــى المســـائل العامة التي ينبغي أن يلم بها الشعب إلمامـــا صحيحـــا، أو التـــي قـــد لا يدركهـــا الشعب بسبب الجهل أو قصور الوعي لنقص وســـائل الإعـــلام والتوعيـــة، ذلـــك أن من لا علم له لا رأي سديد لـــــه".

والعنصر الثالث هو الجدل والنقـــاش لأن الجـــدل مـــن شـــأنه الوصـــول إلى الحقيقة على أساس التفكير السليم الذي هو أساس تكويـــن الـــرأي العـــام.

والعنصر الرابع التوقيـــت.

والعنصـــران الخـــامس والســـادس أن تمـــس القضيـــة موضـــع الجـــدل والنقاش المصالح المادية للأغلبية أو قيمهـــا الإنســـانية الأساســـية (١١٧).

وكان مختار التهامي قد أضاف العنصـــر الأخـــير فـــي ضـــوء متابعتـــه لأشكال الإحتجاج التي ظهـــرت فـــي أوســـاط الـــرأى العـــام الأمريكـــي ضـــد العدوان الوحشي الذي قامت به الحكومة الأمريكية ضـــد الشـــعب الفيتنـــامي.

ويتميز تعريف مختار التهامي عن التعريفات العربية والأجنبية للرأي العام بتركيزه على عنصري الوعي والمصلحة المشتركة، وتعريفه لهذه المصلحة على أسس مادية وثقافية، أي أنه اهتم بالعوامل الثقافية والقيمية على قدم المساواة مع المصالح المادية المباشرة أو غير المباشرة، ويتضح هذا الإهتمام أيضا في مقومات الرأى العام كما يحددها مختار التهامي وهي: العادات والتقاليد والقيم المتوارثة، الدين والأوضاع السياسية والإقتصادية داخل الدولة والثورات والتجارب والأحداث الهامة في حياة الشعوب والزعامة والأوضاع الدولية والمناخ الثقافي والفني والإعلامي(١١٨).

وفي كلمات مختصرة يمكن النظر إلى إضافات مختار التهامي في تعريف الرأى العام من زاوية اساسية هي الوعي، إذ إن عملية الوعي تتضمن معرفة الحقائق وإدراك المصالح المادية والثقافية – القيمية للأغلبية. لكن المتامل في المقصود بالوعي وشروط هذا الوعي يدرك صعوبة أو ندرة ظهور رأي عام ينطبق عليه هذا التعريف.

ولاشك أن عنصر الوعي هو أحد أهم إسهامات نموذج التغيير الإنساني وخاصة أنه قد أدى إلى القول بعدم وجود الرأى العام، والكشف عن أشكال وآليات تزييف أو تقييد الوعي والرأى العام. وهذا الإسهام لم تتطرق إليه دراسات الرأى العام التي التزمت بالنموذج المعرفي أو النموذج الوظيفي أو نموذج التفاعلية الرمزية، إذ أن هذه النماذج تعاملت مع الرأى العام وفق رؤية وضعية تتعامل مع ما هو موجود وتسعي إلى رصده وتحليله دون البحث عما وراء الظواهر وما يبعث على تغيير الواقع للأفضل.

التعريف الذي تتبناه الدراسة:

في هذا السياق تتبنى الدراسة تعريفا للرأي العام يتفق إلى حد كبير مع تعريف مختار التهامي. فالرأى العام هو وعي أغلبية المواطنين في زمان ومكان محددين بقضية أو أكثر تكون موضع خلاف ونقاش عام وصراع لأنها تمس المصالح المادية أو الثقافية لهذه الأغلبية.

ويفترض هذا التعريف أن قضايا محددة تحوز إهتمام الجمهور العام في فترة زمنية ترتبط بحدث أو أحداث محددة، في مكان معين، يعكس خصوصية المجتمع وثقافته وتوازن القوي الإجتماعية والاقتصادية فيه، فضلا عن تعارض الآراء والنقاش أو الصراع بين الأفراد والجماعات التى تكون الجمهور العام حتى يتبلور في النهاية الرأى العام.

وينطوي هذا التعريف على إشكالية المقصود بالوعي الذي هو شرط أساسي كي تصبح الأغلبية ممثلة للرأي العام لا مجرد كتلة زائفة الوعي، ويمكن القول أن وعي أغلبية الشعب هو قدرة الأفراد والجماعات التي تشكل الأغلبية العددية على معرفة الحقائق والمعلومات والآراء المرتبطة بالقضية موضوع الجدل والصراع، وإدراك جوانبها المختلفة، والقدرة على تحليل علاقاتها بالواقع الإجتماعي والسياسي والثقافي السائد، وتجنب العناصر والمصالح الذاتية أو الجماعية القريبة لصالح أغلبية المجتمع ومستقبله.

ولاشك في صعوبة تحقيق عنصر وعي الأغلبية إزاء كل القضايا الخلافية التي تشغل الجمهور في كل المجتمعات مع إختلاف الدرجة بين المجتمعات الليبرالية والتسلطية والشمولية، نظرا للخلافات الثقافية والسياسية ومدى الحرية التي يتمتع بها الإعلام بعيدا عن تدخل الحكومات أو القوى الإقتصادية والإجتماعية والشركات متعددة الجنسية المسيطرة. من هنا قد يكون من الصعب أو النادر ظهور رأي عام حر تجسده أغلبية

حرة، وبالتالي يمكن القول بأن الدراسة تتبنى تعريفا للرأي العام الحر أو ما ينبغي أن يكون، ويمثل هذا التعريف شبيه بما كان موجودا في بداية نشأة المجتمع الرأسمالي على حد ما ذهب إليه هابرماس، أو ما كان موجودا في مراحل عديدة من تاريخنا العربي – الإسلامي، وتاريخ مجتمعات أخرى، حيث تمكنت الأغلبية الواعية من التعبير عن آرائها وفرض إرادتها على الحكام أو قوات الاحتلال الأجنبي عبر ثورات وحركات تحرر وطني.

وفي كل الأحوال فإن الرأى العام وفق التعريف الذي تتبناه الدراسة غير موجود دائما في الواقع، لكنه قد يتكون إذا توافرت مقوماته بغض النظر عن قدرة الأغلبية الواعية أن تعبر عن رأيها أو تلزم الحكومة باتباعه، فقد تحول أجهزة الدولة القمعية أو القوى الإجتماعية المسيطرة بينها وبين ذلك، كما قد لا تعكس استطلاعات الرأي دائما بحكم طبيعة المؤسسات التي تقوم بها والأدوات المستخدمة في القياس رأي هذه الأغلبية الواعية، وبالتالي تصبح مجرد استطلاعات للرأي وليس الرأى العام، لكنها تدعي التعرف على الرأى العام وتحاول تزييفه.

ومع ذلك فإن الرأى العام الحر قد يعبر عن نفسه مهما كانت طبيعة النظام السياسي وأساليب القهر التي تستخدمها الحكومات والقوى الإجتماعية المسيطرة، سواء من خلال استطلاعات للرأي العام أم ثورات تغير مجرى التاريخ كما حدث في الثورة الإيرانية عام ١٩٧٨، وثورات شعوب أوربا الشرقية ضد الحكومات الشيوعية أواخر الثمانينات.

خلاصة القول أن الرأى العام ظاهرة اجتماعية ترتبط وجودا وعدما بمقومات وشروط وعي الأغلبية بقضية تمس مصالحها ويدور حولها جدل وخلاف ونقاش عام، بغض النظر عما إذا اتيحت له فرص التعبير عن وجوده والتأثير في المجتمع.

مراجع وهوامش الفصل الأول

(١)، (٢) • Melven L. Defleur &Sandra Ball Rokeach, Theories Mass communication, London, 1989, P. 30.

(٣) السيد يسين، السياسة السكانية والتنمية، نحو منهج مقترح لتحليل التراث العلمي، المجلة الإجتماعية القومية، المجلد، العدد الثاني، مايو ١٩٩١ ص ٥٥ – ٨٤.

(٤) توماس كون، بنية الثورات العلمية، ترجمة شوقي جلال، سلسلة عالم المعرفة، العدد ١٦٨، (الكويت: المجلس الوطني والفنون والآداب، ١٩٩٢) ص ٢٤٤.

(٥) السيد يسين، مرجع سابق.

(٦) توماس كون، مرجع سابق.

(٧) • Arthur Asa Berger, Media analusiss techniques (London: sage Publication Inc, 1982) P. 63.

(٨) • W. Phillips davision, the public opinion proccess, public opinion quarterly, Vol, 22, 1958. PP. 91 – 106.

(٩) مختار التهامي، الرأى العام والحرب النفسية القاهرة: دار المعارف، ١٩٧٢، ص ٢١.

(١٠) أحمد بدر، مرجع سابق، ص ٣٣.

(١١) • Morris Janowitz, eds, op, cit, p. 1.

(١٢) • James Bryce, the nature of public opinion, Deniel Katz, Dor-win Cartwright, Samuel eldersveldd and alfred Mc Cliung, eds, (New York: holt, rinehart and winston, mc, 1964).

(١٣) • A. Lawrence lowell, public opinion and popular government, in morris Janowitz and paul hirsch, eds, op, cit, pp. 10 – 16.

(١٤) • W. Phillips Davison the future study of public opinion: A symposium, les Bogart, ed, Public opinion Quarterly. Vol, 51. 1987. Pp. S173 – S191.

(١٥) • Floyd Allport, towards a science of public opinion quarterly, Vol. 1, pp,1 –25.

(١٦) أحمد بدر، الرأى العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة (القاهرة: مكتبة غريب، ١٩٧٧، ص ٢٥).

(١٧) • Morris Janouwitz and paul Hirsch, op, cit, P. 51.

(١٨) • Robert. E. Lanc and david . O. sers, public opinion, (New delhi, prentic, hall of india, 1965) p. 75.

(١٩) • Busil Bemstein, Social vlass, Longuge and Socializatjion, in John corner and Jeremy Hathorn (eds) comunication studees, an introductory reader, third edition (London: edward arnold, 1990)pp 59 – 67.

• Mevin L. Defleur and Sandra Ball – rokeach, op, Cit, P.45, P255.

(٢٠) فرج كامل، تأثير وسائل الاتصال، الأسس النفسية والإجتماعية (القاهرة: دار الفكر العربي ، ١٩٨٥) ص ص ١٢ – ١٤.

(٢١) • Melvin L. deffleur and sandra Ball – Rokech, op, Cit, P.P 40 –41.

(٢٢) ناهد رمزي، الرأى العام وسيكولوجيا السياسة (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٩١) ص ٢٨.

(٢٣) لمزيد من التفاصيل أنظر:-

فرج الكامل، تأثير وسائل الإتصال، مرجع سابق.

(٢٤) ج. ب هو غ. د ليفيك ا. مورأن بالتعاون مع ب لوبيز غونزالز، الجماعة السلطة والاتصال، ترجمة نظير جاهل (بيروت: المؤسسة الجامعية للقياسات والنشر والتوزيع ١٩٩١) ص. ١٦٨.

(٢٥) اريك فروم، الإنسان بيـــن الجوهــر والمظهــر، ترجمــة ســعد زهــران (الكويت: المجلس الوطنـــي للثقافـــة والفنـــون والآداب، ١٩٨٩) ص ١٠٢.

(٢٦) محمد شحاته ربيع، قياسات في علـــم النفــس الإجتمـــاعي(القـــاهرة د. ن، ١٩٧٧) ص ١٦٩.

(٢٧) Bernard C, Hennessy, public opinion (Belmont, California: duxbury Press, 1975) PP.

(٢٨) عبد الستار إبراهيم، مرجـــــع ســـابق، ص ص ٢٣٦ – ٢٣٩.

وناهد رمزي، مرجـــع ســـابق، ص ٧٨.

- Bernard C, Hennessy, op, cit, P. 152.

(٢٩) ناهد رمـــزي، الـــرأى العـــام وســـيكولوجية السياســـة، (القـــاهرة: مكتبـــة الأنجلـــو المصريـــة، ١٩٩١) ص ص ٥٣ – ٧١.

(٣٠) محمد على محمد، مرجـــع ســـابق، ص ص ٤٠ – ٤٤.

(٣١) محمد على محمد، مرجـــع ســـابق، ص ٤٢.

(٣٢) • Charence schetter, Public opinion in american society (new York: karper and Brothers, 1960) P.4.

(٣٣) • V. O. key, Jr, public and american democracy (New York: noph, 1961) P.14.

(٣٤) • Ibid, PP, 532 – 545.

(٣٥) ناهد رمزي، مرجع ســـــابق، ص ١٦.

(٣٦) • M. Abdel – Kader htem, information and the arab Cause (london: Longman, 1974) PP. 65 – 84.

(٣٧) • Charence schetter, op, cit, P.9.

(٣٨) • Gabriel Almond, public opinion and national security policy, public opinion quarterly, xx, 1956, PP. 371 – 378.

(٣٩) • Kurt long and Gladys engel, the mss media and voting, morris janowitz and paul hirsch, op, cit, pp. 327 – 340.

(٤٠) • Richard Brody, Kurt long Gladys engel lang, les bog art, ed, op, cit.

(٤١) مختار التهامي، الرأى العام والحرب النفسية، مرجـــع ســابق، ص ٩١ – ٩٩.

(٤٢) • Alèx S. Edelstein, Yuichi Ito and hans mathias kepplinger, op, cit, P. 187.

(٤٣) ناهد رمزي، مرجـــع ســابق، ص ٣٧ – ٣٨.

(٤٤) • James, J. Best, op, cit, P.27.

(٤٥) عبد الباســط عبــد المعطــي، اتجاهــات نظريــة فــي علــم الاجتمــاع، (الكويت: المجلس الوطني للثقافـــة والفنـــون والآداب، ١٩٨١) ص ١٥١ – ١٥٢.

(٤٦) • M. Haralambos and M. Holborn, op, cit, pp. 9 – 10.

(٤٧) عواطف عبد الرحمن، إشكاليات الإعلام التنمـــوي فـــي الوطـــن العربـــي (القاهرة: دار الفكـــر العربـــي، د. ت) ص ١٧ – ٢١.

(٤٨) جيهان رشتي، الأسس العلميـــة لنظريـــات الإعـــلام (القـــاهرة: دار الفكـــر العربـــي، ١٩٧٨ ص ١٩٨ – ٢٠٥.

(٤٩) عواطف عبد الرحمن، الإتجاهات النقدية في بحـــوث الإعـــلام، القياســات الإعلامية، العـــدد ٣٤، ســبتمبر ١٩٨٦، ص ٢٩ – ٤٠.

(٥٠) مختار التهامي، الرأى العام والحرب النفســية، مرجــع ســابق، ص ٢٣.

(٥١) • Floyed allport, op, cit.

(٥٢) • W. phillips Savison, the public opinion process, op, cit, pp, 1 –25.

(٥٣) • Leonard, W. Doob , public opinion and propaganda (hande, connecti-cut: archon books, 1966) pp, 35 – 59.

(٥٤) • Ibid, PP. 87 – 88.

(٥٥) • William Albig, modern public opinion (mc Craw hill 1956) pp. 3 – 6.

(٥٦) • Clarence Shettler, op, cit, PP, 4 – 8.

(٥٧) أحمد أبو زيد، سيكولوجية الرأى العـــام ورســـالته الديمقراطيـــة (القـــاهرة: عالم الكتـــب، ١٩٦٨) ص ٤٨.

(٥٨) المرجع الســـابق، ص١٠٦ – ١٠٨.

(٥٩) عبد الغفار رشاد، الرأى العام: دراســـة فـــي النتـــائج السياســـية (القـــاهرة: مكتبة نهضـــة الشـــرق، ١٩٨٤) ص ٩ – ١٠.

(٦٠) • William J. Grootty, introduction: the nature and meaning of public opinion, in public opinion and politics, Areader ed, William J. Crootty (New York: halt, rinehart and winston, Inc, 1970) p.4.

(٦١) أحمد بدر، مرجع ســـابق، ص ٥٢.

(٦٢) كمال المنوفي، الرأى العام في الـــدول الناميـــة، بيئتـــه ومشـــاكل قياســـه، في ندوة قياس الرأى العام في مصـــر، مرجـــع ســـابق، ص ١٦٤.

(٦٣) لمزيد من التفاصيل أنظـــر:-

• Gerald pomper, Voters choice, variesties of american electoral behavior (new York: dodd, mead company, 1975)
• Clarence Schettler, op, cit,P. 24.

(٦٤) ناهد رمزي، مرجع ســـابق، ص ٢٨.
وأحمد بدر، مرجع ســـابق، ص ٥٣.

(٦٥) شاهيناز طلعت، مرجع ســـابق، ص ٦٤.

(٦٦) • Daniel Latz, the functional approach to the study of attitudes, public opinion quarterly Vol. XXIV, summer 1960, pp, 163 – 176.

(٦٧)، • Herhert C. Kelman , processes of opinion Change, public opinion quar-terly, Vol. Xxv, dpring 1961, pp. 57 – 78.

(٦٨)

(٦٩) • Robert, E. Lane and david, O. sers, public opinion, (New Delhi, prentic –hall of india, 1965) PP. 88 – 93.

(٧٠) • Norman h. nie with Kristi andersen, mass belief sustems revisited: Political change and attitude structure, in moris Janowitz and paul hirsch, (eds), op, cit, PP. 138 – 146.

(٧١) • Denis mcquail, the influence and affects of mass media, mor-ris janowitz and paul hirsch (eds), op, cit, PP. 266 – 268.

(٧٢) • M. haralambos and M. Holbrn, op, Cit, pp, 15 – 17 and, pp 799 – 803.

(٧٣) محمد على محمد، أصـــول الاجتمـــاع السياســـي والمجتمـــع فـــي العـــالم الثالث، الجـــزء الأول، الأســـس النظريـــة والمنهجيـــة (الإســـكندرية: دار المعرفة الجامعيـــة، ١٩٨٥) ص ٣١٤.

(٧٤) المرجـــع الســـابق، ص ص ٣٢٧ – ٣٢٩.

(٧٥) • M. Haralambos and M. Holborn, op. Cit, pp, 806.

(٧٦) • B. N. Meltzer, J. W. Petras and I.T. Reynolds symbolic interactio-nisme (london: R. K. P, 1975) P. 97.

(٧٧) • Melvin L. defleur and Sandra rokeach, op, cit, pp, 250 – 259.

(٧٨) • Ibid. P. 259.

(٧٩) • Walter Lippmann, stereotypes, Morris Janowitz and paul hirsch, op, cit, pp. 29 – 37, quit-ed from public opinion Walter Lippmann, public opinion, macmillan publishing, 1950, pp. 59 – 70.

(٨٠) • Clarence Schettler, op, cit, P. 13, p. 22.

(٨١) ناهد صالح، إمكانية قياس الرأى العـــام فـــي الـــدول الناميـــة، فـــي نـــدوة قياس الرأى العـــــام فـــي مصـــر (القـــاهرة: المركـــز القومـــي للبحـــوث الإجتماعيـــة والجنائيـــة، ١٩٨١) ص ١٠٥.

(٨٢) المرجع الســـابق، ص ١٠٦.

(٨٣) • Charence Schettler, op, cit, P. 7.

(٨٤) • Charence Schettler, op, cit, pp. 31 –42.

(٨٥) • Alex S. Edelstein youichi Ito and hans mathias Kepplinher, op, cit P, 189.

(٨٦) • Arthur sea berger, op, cit, pP, 46 – 47.

(٨٧) السيد يسين، مرجع ســـابق.

(٨٨) • Tony Dunn, The evolution of Cultural studies, davis punter (ed), op, Cit. P. 71.

(٨٩) لمزيد من التفاصيل أنظـــر:

أنـــور عبـــد الملـــك، ريـــح الشـــرق (القـــاهرة: دار المســـتقبل العربـــي، ١٩٨٤).

(٩٠) • Tim Dant, Knowledge ideology and discouse (london: routledge, 1991) P. 231.

(٩١) • Tony dunn, op, Cit, P. 88.

(٩٢) • Dallas W. Smyth, Dependency road: Communication Capitalism, Consciou sess and Canda (Norwood, new dersey: Ablex, 1982) PP 25 – 26, 263.
• Grabam murdock and Peter Golding, Communication and class relations, op. Cit, pp. 33 – 34.
• Fred Inglis, Media theory, op. Cit , PP, 48 – 50.

(٩٣) عواطف عبد الرحمن، قضايـــا التبعيـــة الإعلاميـــة والثقافيـــة فـــي العـــالم الثالث (القاهرة: دار الفكـــــر العربـــي، ١٩٨٧) ص٤٦ – ٥٧.

(٩٤) • Arthur Asa Berge, op. Cit, pp. 44 – 54.

(٩٥) • Crabam Murdo and Peter Golding, capitalism, Communication and clss relation, (eds) James Curran, Michael Gurevitch and Janet Wollacott in mass communication and Society, (London: edward, arnold, (1977) pp 33 – 34.

(٩٦) • Raymond Williams, Marxis and literature (london: Oxford University press, 1977) p.p 108 – 110.

(٩٧) • Ralph Miliband, the state in Capitalist society (London : Weiden-feld and niclson, 1969) PP. 197 – 198.
• Arther asa berger, op. Cit, P.P. 64 – 66.

(٩٨) لمزيد من التفاصيل أنظـــر

(٩٩) • Jurgen Habermas, Communication and the evolvation of so-ciety thomas mccarthy (Boston: Beacon press, 1979).

(١٠٠) عواطف عبد الرحمن، الاتجاهات النقدية فــــي بحــوث الإعـــلام ، مرجـــع ســـابق، ص ٢٩ – ٤٠.

(١٠١) • P. Gidden and G. Murdock, theories of communication and therories of Society, Commuication research, 1978, No. 5, PP, 339 – 356.

(١٠٢) • Fred Loglis, op, Cit, P. P, 186 – 187.

(١٠٣) • Friedrich pollock, empirical research into public opinion, paul connerton ed, critical sociology (london: penguin, books 1976) P. 233.

(١٠٤) هربرت. أ. شيللر، المتلاعبون بـــالعقول، مرجـــع ســـابق، ص ١٥٦.

(١٠٥) لمزيد من التفاصيل أنظـــر:-

• A. Mattelart and S. siegelaub, eds, communication and class struggle, 1, capitalism, imperialism, N. Y: international general, 1979.
• hans magnus enzenberger, the conciousness industry: on literature, politics and the edia (continuum books, 1974).

(١٠٦) علاء طـاهر، مدرسـة فرانكفـورت، مـن هوركهـايمر إلـى هابرمـاز (بيروت: منشورات مركـز الإنمـاء القومـي، د. ت) ص ٨٩، ٩٨.

(١٠٧) • Habermas, the public sphere, A. mattelart and S. siegelaub, op, cit, PP. 191 – 198.

(١٠٨) • Alex S. Edelstein, youici Ito and hans mathias Kepplinger, op, cit, pp. 108 – 109.

(١٠٩) علاء طاهر، مرجع سـابق، ص ١١١.

(١١٠) • Tom Burns, the organization of public opinion, James curran, michael curneithand janet Woollacott, (eds) mass communication and society (london: edwarld arnold publish ers, Lts, 1977) PP. 64 – 65.

(١١١) • P. Bourdieu, public opinion does not exist , A. Mattelart and S. siegelaub (eds) op, cit, p. 120 – 128.

(١١٢) علاء طاهر، مرجـع سـابق، ص ١٠٦ – ١٠٧.

(١١٣) • P. Bourdieu, public opinion does not exist, op, cit, pp. 120 – 124.

(١١٤) السيد يسين، أزمة الـرأى العـام ومشـكلات الوعـي الإجتمـاعي زائفـا ومقيدا ومحاصرا، في نـدوة قيـاس الـرأى العـام فـي مصـر، مرجـع سـابق، ص٨٢ – ٨٣.

(١١٥) • Friedrich Poollock, op, cit, PP. 230 – 231.

(١١٦) مختار التهامي، الرأى العام والحرب النفسـية، مرجـع سـابق، ص ٢٥.

(١١٧) المرجع السـابق، ص ٢٥ – ٢٦.

(١١٨) المرجع السـابق، ص ٢٩ – ٤٦.



الفصل الثاني

إشكاليات قياس الرأى العام

الفصل الثانى

اشكاليات قياس الرأى العام

سعت الدراسة في الفصل الأول إلى تحديد النماذج الإرشادية التي أثرت في دراسات الرأى العام ومحاولات تعريفه، غير أن استكمال فهم وتحليل الرأى العام يتطلب دراسة استطلاعات الرأى العام وأساليب قياسه ومدى دقتها، وذلك باعتبارها تمثل المحك العملي أو الممارسة المتاحة لاختبار كثير من مفاهيم ونظريات الرأى العام. وعلى هذا الأساس يسعى الفصل الثاني إلى مناقشة إشكاليات قياس الرأى العام، وقد استدعى ذلك تخصيص المبحث الأول لتقديم عرض تاريخي موجز وسريع لنشأة وتطور الاستطلاعات، وتناول المبحث الثاني استطلاعات الرأى العام بين المعارضين والمؤيدين.

ونظرا لأهمية أدوات وإجراءات القياس في الجدل بين المؤيدين والمعارضين فقد عالج المبحث الثالث طبيعة القياس ومدى دقته وموضوعيته في العلوم الاجتماعية كتمهيد لتحليل إشكاليات قياس الرأى العام والتي ارتبطت بثلاثة أبعاد هي: الاختلافات الثقافية، وإجراءات وأساليب القياس، والقواعد المهنية التي تحاول تنظيم ممارسة عملية القياس وضمان دقتها وموضوعيتها.

وفى نهاية الفصل قدم الباحث رؤيته لقياس الرأى العام ومدى دقته وموضوعيته.





المبحث الاول

نشأة وتطور استطلاعات الرأى العام

تجدر الإشارة في البداية إلى عدم وجود خلافات في المعني أو الاستخدام بين كلمتي Poll استطلاع ومسح Survey فكلتاهما تشير إلى طريقة منظمة لجمع المعلومات من عينة مسحوبة من مجتمع أكبر، ورغم إختلاف الأصل اللغوي للكلمتين إلا أنهما تستخدمان بمعنى واحد [١].

ويتفق أغلب الباحثين والمشتغلين في حقل استطلاعات ومسوح الرأى علي أن عام ١٩٣٥ قد شهد بداية الاهتمام العلمي المنظم لإجراء استطلاعات الرأى العام، عندما نشرت مجلة Fortune magazine في يوليو ١٩٣٥ أول استطلاع قام به الموروبير Elmo Roper وزميلاه بأول شرنجتون وريتشارد وود، وفي أكتوبر من العام نفسه بدأت مؤسسة جورج جالوب George Gallup تقديم خدماتها لـ ٣٥ صحيفة [٢].

وسبق هذه البداية محاولات كثيرة يمكن النظر إليها بوصفها بدايات تجريبية استفادت من تطور أساليب ومناهج القياس ومن الفشل والنجاح الذي أحرزته، في البحوث والمسوح الاجتماعية.

ومن أولي تلك المحاولات استطلاع الرأى العام الذي قامت به شركتان أمريكيتان عام ١٧٧٤ بتكليف من أول كونجرس أمريكي لمعرفة مدي إستجابة الجمهور لحرب الاستقلال الأمريكية، وقد جاء الإستطلاع الذي أجري بطريقة بدائية وغير سليمة علمياً، بنتائج غير متوقعة، ولا تعكس رغبة المواطنين الأمريكيين في الاستقلال [٣].

وفي عام ١٨٢٤ بدأت في الولايات المتحدة استطلاعات الرأى الخاصة بتوقع نتيجة التصويت Straw Votes والتي عرفت باسم Straw

polls، وقد اعتبر جورج جالوب هذه الاستطلاعات البداية المبكرة لمسوح الرأى الحديثة أو بالتحديد النظير المقابل لها [٤].

ورغم عيوب هذه الاستطلاعات، إلا أن الصحافة الأمريكية نتيجة أسباب سياسية واقتصادية نشطت في إجراء استطلاعات الرأى لجذب مزيد من القراء، وتميزت في هذا المجال عدة صحف أبرزها صحيفة Literery Digest التي بدأت منذ عام ١٨٩٥ إعداد قوائم بأسماء أشخاص من الطبقتين الوسطي والعليا إعتمدت عليهم في توقع نتائج الإنتخابات، وضمت هذه القائمة ٣٥٠ ألف شخص عام ١٨٩٥، ارتفعت عام ١٩٣٢ إلى ٢٠ مليونا، ورغم شمولها لجماعات كثيرة، إلا أنها استبعدت الجماعات ذات الدخل المنخفض، وكان هذا الاستبعاد ضمن أسباب أخرى وراء فشل الصحيفة الكبير في توقع نتائج الانتخابات الرئاسية عام ١٩٣٦ [٥].

لقد بدد هذا الفشل الثقة التي اكتسبتها صحيفة Literery Digest وفتح الطريق أمام انتشار الأساليب العلمية في أجراء الاستطلاعات والمسوح التي قادها جورج جالوب وروبير وكروسلي Craossleys، وتري ناهد صالح أن الفترة من ١٩٣٦ – ١٩٤٨ قد شهدت مرحلة تأسيس وانتشار استطلاعات الرأى العام فقد ظهرت أكبر مؤسسات لاستطلاع الرأى في الولايات المتحدة وأوروبا.

ففي عام ١٩٣٧ أنشأ هنري ديورانت Henry Durant المعهد البريطاني للرأي العام. وهو أول معهد في سلسلة المعاهد التابعة لجالوب خارج الولايات المتحدة إذ تبعه مؤسستان لجالوب في السويد والدنمارك عام ١٩٣٩، ومعهد في كندا عام ١٩٤١.

وأسس جان ستوتزل Jean Stoetzel والفرد ماك Alfred Max في فرنسا المعهد الفرنسي للرأي العام عام ١٩٣٨، والذي أجري أول استطلاع سياسي في العام نفسه، بينما قامت صحيفة Mainichi shimbun بإجراء أول استطلاع للرأي العام في اليابان عام ١٩٤٠، وأنشئ معهد للرأي العام في أسبانيا عام ١٩٤١، وأجرى أول استطلاع للرأي العام في إيطاليا عام ١٩٤٦ حيث لم يكن من الممكن قياس الرأى العام أثناء الحكم الفاشي، ولنفس السبب تأخر ظهور معاهد قياس الرأى العام في ألمانيا فقد أسست أليزابيث نويل - نويمان وايرك بيتر نويمان Ereich Petere Neumann معهد ألينباخ Allenshach عام ١٩٤٧.

وعلاوة علي هذه المعاهد والمؤسسات ظهرت عشرات من المؤسسات والشركات التي ركزت نشاطها على استطلاعات ومسوح التسويق والعلاقات العامة والإعلام وتقديم الخدمات للمرشحين وجماعات المصالح. كما ظهرت مراكز بحوث في الرأى العام تابعة لعدد من أهم الجامعات الأمريكية (٦).

وكان من الطبيعي أن يواكب هذا الانتشار سعي لتنظيم عمل هذه المؤسسات فأنشئت عام ١٩٤٧ الرابطة الأمريكية لبحوث الرأى العام The american association for public opinion research (A A POR) والرابطة العالمية لبحوث الرأى العام the World assaciation for public opinion research كما أنشئت عام ١٩٤٨ الجمعية الأوربية لبحوث الرأى والتسويق European Society for opinion and Marketing research (E SOMAR) (٧).

علي أن انتعاش وانتشار مؤسسات استطلاعات الرأى العام تعرض لانتكاسة كبيرة علي أثر فشل مؤسسات الرأى العام الامريكية الكبرى (جالوب – روبير – كروسلي) في التنبؤ بنتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ١٩٤٨، حيث توقعت فوز المرشح الجمهوري توماس ديوي Thomas. E. Dewey علي منافسة الديمقراطي هاري ترومان Harry Truman لكن العكس هو الذي حدث، وقد أدت هذه النكسة إلي:-

١- إهتزاز مصداقية استطلاعات الرأى العام كوسيلة لمعرفة آراء الناخبين وتوقع نتائج التصويت، ومن ثم التشكيك في جدوى إجراء الاستطلاعات [٨].

٢- اهتمام مؤسسات استطلاع الرأى العام والمشتغلين بها بمناقشة أسباب هذا الفشل، والعمل على بحث سبل تجنب الوقوع فيه في المستقبل من خلال مراجعة وتطوير أساليب تصميم وسحب العينات وإجراء المقابلات وتحليل النتائج.

٣- محاولة المشتغلين بصناعة بحوث التسويق الابتعاد عن المناهج والأدوات المستخدمة في استطلاعات الرأى العام السياسية تحت دعوى اختلاف سلوك الإنسان في السوق عن الانتخابات، وأن اختلاف التوقعات بنسب صغيرة في بحوث التسويق لا تنتج عنه آثار خطيرة، كما هو الحال في الاستطلاعات السياسية، وكانت استطلاعات وبحوث التسويق تعتمد على المناهج والأدوات المستخدمة في استطلاعات الرأى العام [٩] إلا أنها بدأت منذ عام ١٩٤٨ في تطوير أدوات واساليب خاصة بها وواصلت انتشارها، بينما تعثر لعدة سنوات تقدم الاستطلاعات السياسية، لكن الصلة والتداخل بين الاستطلاعات

التجارية والسياسية ظلت قائمة ولا سيما مع صعوبة الفصل أو التمييز أحيانا بين النوعين.

ومع الخمسينيات والستينيات نجحت الاستطلاعات السياسية في استعادة مكانتها ألى حد كبير بعد أن توصلت إلى نتائج صحيحة في معظم الحالات.

وفي السبعينيات والثمانينيات استمر انتشار المؤسسات التجارية والأكاديمية المتخصصة في مجال استطلاعات ومسوح الرأى العام في الدول التي تأخذ بالنظام الليبرالي التعددي، وخاصة الدول الغربية المتقدمة، وازداد إقبال وسائل الإعلام علي نشر وإجراء هذه الاستطلاعات أو المشاركة فيها، وقادت المؤسسات ومراكز البحوث الاكاديمية – وخاصة المراكز الأمريكية – المجهود الرئيسي لتطوير أدوات ومناهج استطلاعات الرأى [١٠]، وإجراء مسوح اجتماعية ترتبط بحركة المؤشرات الاجتماعية ومؤشرات نوعية الحياة، وبعبارة موجزة " أصبحت استطلاعات الرأى في الولايات المتحدة هي العمود الفقري لمؤشرات نوعية الحياة التي هي بدورها العمود الفقري للتقرير الاجتماعي القومي [١١].

وفي أواخر الثمانينيات انتشرت الاستطلاعات السياسية والتجارية في دول شرق أوربا وروسيا والدول التي كانت تكون الاتحاد السوفيتي[١٢]، وذلك بعد ما شاهدته من تحولات سياسية باتجاه الاخذ بسياسات السوق وقدر من التعددية السياسية، لكن تطور ونضج استطلاعات الرأى العام لم يحل دون حدوث مفارقات كبيرة بين نتائج استطلاع جالوب، ونتائج الانتخابات الامريكية عام ١٩٨٠ [١٣]، والانتخابات البريطانية عام ١٩٩٢، وظهور العديد من حالات التوظيف

والاستغلال السيئ لاستطلاعات ومسوح الرأى العام لتحقيق أهداف حزبية أو سياسية، أو للحصول علي مكاسب اقتصادية. وقد اخفقت القواعد والمواثيق المهنية التي أصدرتها الرابطة الأمريكية لبحوث الرأى العام (AAPOR) عامي ١٩٥٠، ١٩٦٨ والرابطة العالمية لبحوث الرأى (WAPOR) عام ١٩٨٢ والجمعية الأوربية لبحوث الرأى العام والتسويق عام ١٩٨٦ في وضع حد لاساءة استغلال استطلاعات الرأى العام.

من هنا استمر الجدل والنقاش حول جدوى الاستطلاعات وعلاقتها بالقوى الاجتماعية المسيطرة في المجتمعات الرأسمالية، وكذلك علاقتها بالشركات متعددة الجنسيات والسياسة الخارجية للدول الكبري وخاصة الولايات المتحدة، التي تنتمي إليها أكبر مؤسسات الاستطلاع السياسية، ويتركز فيها النشاط الإعلاني والتسويقي [١٤].

ومن الاستعراض السريع لتطور تاريخ استطلاعات ومسوح الرأى يمكن القول بان العامل الرئيسي الحاكم لمسار هذا التطور هو ارتباط استطلاعات ومسوح الرأى السياسية والتجارية وتأثرها باحتياجات ومتطلبات المجتمع الامريكي الداخلية والخارجية، وبعبارة أخرى أن الطابع الأمريكي المؤثر والسيطرة على بحوث الإعلام والرأى العام يتجلي في أوضح وأقوي مظاهره في مجال استطلاعات الرأى، ويمكن في هذا الصدد الاشارة إلى:-

١- ارتباط نشأة وتطور الاستطلاعات بمدي النجاح في توقع نتائج الانتخابات الأمريكية وتطور صناعة الاعلان والتسويق والعلاقات العامة.

٢- قيام الشركات والمؤسسات الأمريكية التي تعمل في مجال الاستطلاعات والمسوح بتدويل أساليب قياس واستطلاع الآراء ونشرها في العالم، فعلى سبيل المثال أسس فروعا المعهد الأمريكي للرأي العام - أنشأه جالوب عام ١٩٣٦ كمؤسسة تجارية - فروعا تابعة له حول العالم بدأت عام ١٩٣٧ ببريطانيا ووصلت عام ١٩٩٣ إلى ٤٣ دولة في أمريكا الشمالية والجنوبية وفي اوربا والشرق الاوسط واسيا وإفريقيا وأستراليا وروسيا تحت اسم معهد جالوب الدولي [١٥].

ومنذ الستينيات تدعمت مكانة شركات الدراسة والبحث الأمريكية نتيجة تدعيم شبكات الإعلام، وبلغت قيمة السوق العالمي للبحوث عام ١٩٨٨ خمسة مليارات من الدولارات، وكان هذا المبلغ يمول استقصاء الرأى وإجراءات فحص ومراجعة الحسابات ودراسة الاسواق والاستشارات، وتحتل شركة نيلسون Nielson الامريكية المركز الاول بين عشر شركات كبرى متعددة الجنسية تعمل في هذا المجال، لكن مبيعات شركة نيلسون تساوي ضعف ما حققته الشركة التي تحتل المركز الثاني - وهي أمريكية أيضا - و١٢ مرة مما حققته الشركة التي تحتل المركز العاشر [١٦].

٣- محاولات تدويل نظريات ونماذج تحليل عملية التصويت التي قامت على أساس نتائج الانتخابات الامريكية، وقد جرى تعميم هذه النماذج واستخدامها في بلدان أخرى انطلاقا من فرضية أن التصويت هو عملية تعليمية تتسم بالتكرار، ومثل هذا التعميم قد لا يكون صحيحا، إلا أنه يكشف عن محاولات أمركة استطلاعات الرأى، أي محاولة إكسابها طابعا أمريكيا [١٧].

٤- تداخل وارتباط الاستطلاعات السياسية باستطلاعات ومسوح التسويق والإعلان والعلاقات العامة الأمريكية سواء على مستوي أدوات ومناهج القياس أو مصادر التمويل وطرق النشر، أي أن هناك صلات تعاون واعتماد متبادل من الصعب التمييز بينها او القضاء عليها، ومثل هذه الصلات لا يمكن فهمها، إلا في ضوء خصوصية المجتمع الأمريكي وطبيعة النظام الرأسمالي وعمليات الدمج والتركز بين الشركات المتعددة الجنسية التي تعمل في مجال الاعلان وبحوث التسويق واستقصاء الرأى، وكانت نفقات الولايات المتحدة عام ١٩٧٠ تمثل ٦٢٪ من النفقات العالمية للإعلان مقابل ٧٥٪ عام ١٩٧٥، بينما إنخفض نصيب أمريكا الشمالية (الولايات المتحدة وكندا) إلى ما يقرب من نصف ما أنفق عام ١٩٨٨ في الميدان العالمي للإعلان والذي يقدر بحوالي ٢٠٠ مليار دولار [١٨].

ويري شيللر أن استطلاعات السوق واستفتاء الرأى تمثل سمتين مختلفتين وحديثتين نسبيا للواجهة الإعلامية للرأسمالية الأمريكية، وقد ابتدع استطلاع الرأى لمواجهة احتياجات التجارة ثم أدخلت عليه تعديلات جديدة نتيجة لمقتضيات الحرب العالمية الثانية [١٩].

ويذكر لازار زفيلد أن "الدراسات المتعلقة بالاستهلاك التجاري قد اسهمت بدور كبير في تطوير مناهج القياس باستخدام العينات، مما أدي إلى ظهور استفتاء الرأى العام، ثم ظهور المذياع في الصورة، وأصبح هناك احتياج لمضارعة أرقام توزيع المجلات والصحف وبالتالي أصبحت هذه البيانات المادة الخام للحقل الجديد للاتصال ولبحوث الرأى العام" [٢٠] كذللك اثني بول. ب. شيتزلي في الكلمة التي القاها بمناسبة توليه رئاسة

الجمعية الامريكيـــة لبحـــوث الـــرأى العـــام (AAPOR) عـــام ١٩٦٨ علـــي الإسهام الفذ الذي قدمته التجارة لبحوث اســـــتطلاع الـــرأى العـــام فـــي إشـــارته لمؤسسة استطلاع الـــــرأى العـــام (جـــالوب - روبـــير - كروســـلي) بوصفهـــم باحثي التسويق الذين تحولوا إلـــــى مســـتطلعي رأي [٢١].

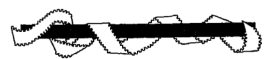
لكن تجدر الإشارة إلى وجود اختلافـــــات بيـــن الاســـتطلاعات السياســـية وبين بحوث التسويق، وكذلك وجود اختلافات بيـــن بحـــوث العلاقـــات العامـــة و بحوث التسويق، إذ تركز بحوث العلاقات العامة علـــى التـــأثير فـــي الجمهـــور، وتقيس التغيير في الصور والمعرفة والســـلوك، بينمـــا تهتـــم بحـــوث التســـويق بالتأثيرات التي تحدث في السوق وخاصة مـــا يحـــدث للمســـتهلكين [٢٢].

ومثل هـــذه الفـــروق مهمـــة لإدراك نقـــاط الاتفـــاق والاختـــلاف بيـــن الاســـتطلاعات السياســـية، واســـتطلاعات الســـوق واســـتطلاعات العلاقـــــات العامة، كما يوجد تمييز آخـــر مهـــم بيـــن البحـــوث والاســـتطلاعات والمســـوح التجاريـــة والأكاديميـــة، إذ تقـــوم بالثانيـــة مؤسســـات ومراكـــز بحثيـــة تابعـــة للجامعات أو الحكومة، بينما تقوم بـــالأولي شـــركات ومؤسســـات خاصـــة تـــدار علي اسس رأســـمالية.

وبصفـــة عامـــة قـــدرت المبـــالغ المســـتخدمة فـــي صناعـــة الإعـــلان والتسويق وبحوث الـــرأى العـــام فـــي الولايـــات المتحـــدة بمليـــار دولار عـــام ١٩٨٠، حصلت منها استطلاعات الرأى العـــام السياســـية علـــي مـــا بيـــن ٢ - ٣٪ مع ملاحظة أن عام ١٩٨٠ شهد توسعاً فـــي إجـــراء الاســـتطلاعات ارتبـــط بحملة الانتخابات الرئاسية [٢٣]. بينما بلغ الإنفـــاق الإعلانـــي فقـــط عـــام ١٩٩٣ حوالي ٣ر١٣٩ مليـــار دولار [٢٤].

٥- ارتباط بعض مؤسسات استطلاعات الرأى بالمجهود الحربي الأمريكي أثناء الحرب العالمية الثانية وبالسياسة الخارجية الامريكية في فترة الحرب الباردة، وقد حقق هذا الارتباط مصالح متبادلة ربما لا تزال قائمة، ويري شيللر أنه إذا كانت متطلبات التسويق قد أنجبت بحوث واستطلاعات الرأى العام فإن حافز الحرب العالمية الثانية قدم الدفعة الرئيسية الثانية في مسار تطور مناهج الاستطلاع، ويستشهد شيللر بلازارزفيلد الذي ذكر أن "الحرب أدت إلى زيادة سريعة في البحث الإمبيريقي الإجتماعي الذي يخدم الوكالات الحكومية، وأصبحت آراء الجنود ومعنويات السكان والتأثيرات الدعائية لجهود الحكومة موضوعات تحظى باهتمام كبير، وقامت جماعة بحث، متطورة للغاية، أكاديمية وتجارية، بتنفيذ هذا العمل" (٢٥).

ومن الثابت أن هذه العلاقة قد استمرت أثناء الحرب الباردة وأصبحت استطلاعات الرأى العام إحدى وسائل صنع وتنفيذ السياسة الإمريكية، وتتوافر نماذج وأمثلة كثيرة توضح هذه العلاقة منها علي سبيل المثال أن ألمو روبير قد شغل أثناء الحرب العالمية الثانية منصب نائب رئيس مكتب الخدمات الإستراتيجية، وهي الوكالة التي حلت محلها فيما بعد وكالة المخابرات المركزية C. I. A ، كما قامت شركة بحوث سيملماتكس المتحدة بإجراء العديد من البحوث عن فيتنام لحساب وزارة الدفاع ووكالة التنمية، وتعتبر مؤسسة جالوب التي تنتشر في أنحاء العالم جزءا متمما لجهاز صنع السياسة الأمريكية إذ شاركت مباشرة في برامج وكالة الاستعلامات الامريكية فيما وراء البحار (٢٦).



المبحث الثاني

استطلاعات الرأى العام بين المعارضين والمؤيدين

مع البدايات الأولى لاستطلاعات الرأى العام تفجر جدل ونقاش حول جدوى هذه الاستطلاعات، واتسم هذا الجدل بالاستقطاب الحاد بين المؤيدين والمعارضين لاستطلاعات الرأى ربما بسبب الطبيعة السياسية للاستطلاعات إذ إنها وسيلة اساسية لتوقع نتائج الانتخابات ومن ثم احتمالات توظيفها لتحقيق أهداف حزبية.

وواكب الجدل والنقاش والاستقطاب بين المؤيدين والمعارضين مراحل تطور مناهج وأساليب قياس الرأى العام وانتشار معاهد ومؤسسات استطلاع الرأى العام، وظهور قواعد ومواثيق تنظيم مهنة استطلاع الرأى العام، بل يمكن القول بوجود علاقة تأثير متبادل بين تطور الاستطلاعات والمسوح من جهة وتطور النقاش بين المؤيدين والمعارضين للاستطلاعات من جهة ثانية، فقد كانت انتقادات المعارضين عاملا ضمن عوامل أخرى دفعت المشتغلين بالاستطلاعات إلى تطوير أدوات وأساليب قياس الرأى العام والاتفاق على قواعد ومواثيق مهنية، بينما أدى تطور وأنتشار الاستطلاعات إلى اتساع دائرة الجدل والنقاش بين المؤيدين ليشمل القواعد المنهجية، والجوانب السياسية والاعلامية المرتبطة بالاستطلاعات (٢٧).

والواقع أن وسائل الإعلام وخاصة الصحافة لم تكن بعيدة عن هذا النقاش بل على العكس لعبت دورا كبيرا في نشره والمساهمة فيه، وخاصة أن نشر نتائج الاستطلاعات في وسائل الاعلام كان أحد موضوعات الجدل والنقاش، ويمكن القول ان نشر وسائل الاعلام لاراء المعارضين والمؤيدين

للاستطلاعات قد أفاد الجمهور حيث أوضح حدود وإمكانيات استطلاعات الرأى كاداة قد تكون موضوعية أو متحيزة بناء على طريقة استخدامها في التعرف على الرأى العام والاستفادة منه.

والملاحظ أن أدبيات الرأى العام قد صورت الجدل والنقاش على أنه يجري بين فريقين بينهما استقطاب حاد في تأييد أو معارضة الرأى العام، وافاضت تلك الادبيات في عرض مواقف المعارضين والمؤيدين لاجراء الاستطلاعات السياسية والاسباب التي يستند اليها كل فريق، والحجج التي يطرحها لدعم موقفه. لكن الصورة العامة المعاصرة ليست كذلك إذ إنها أكثر تركيبا وتعقيدا من التصوير المبسط لنقاش وخلاف بين فريقين لا ثالث بينهما.

فهناك درجات وحدود لبعض مواقف التأييد والمعارضة رغم ما بينها من تداخل وتشابك.

في هذا الإطار هناك ضرورة للتمييز بين المواقف التالية:-

١- رفض استطلاعات الرأي العام:

ويشمل هذا الموقف ممثلي نموذج التغيير الإنساني (النقدي الجديد) وبعض الاتجاهات الليبرالية، حيث ينطلق ممثلو النموذج الأول من أنه لا وجود للرأي العام الحر والواعي في ظل المجتمعات الرأسمالية المعاصرة والنظم الشمولية حيث تمارس عمليات تزييف متواصل ومنظم لوعي المواطنين، وبالتالي فإن استطلاعات الرأى العام تقيس قدرة القوى المسيطرة في المجتمعات الرأسمالية علي تزييف وعي المواطنين، أي أنها تقيس شيئا غير موجود كما يقول بورديه **Bourdieu** الذي رفض

الفرضيات الأساسية التي تقوم عليها الاستطلاعات، فمن غير الثابت أن كل فرد لديه رأي في الموضوع الذي يسأل عنه، كما أن الآراء لا يمكن أن تتساوى في القيمة والتأثير حتي يمكن إخضاعها للحساب الإحصائي [٢٨]. ويؤكد ممثلو نموذج التغيير الإنسانى أن استطلاعات الرأى العام تأخذ عينات ترسم حدودا عامة غير دقيقة للرأي العام، كذلك فإنها لا تدخل في حساباتها موقف ودور الأقلية التي قد تشكل رأي الأغلبية، بل قد تصبح أكثر أهمية مع الأحداث [٢٩]. وخلص ممثلو تيار التغيير الإنساني إلى أن الاستطلاعات هي وسيلة من وسائل السيطرة الإجتماعية، وأنها تعكس ما تريده وسائل الإعلام وما سبق أن بثته للمواطنين [٣٠] ويمثل استطلاع الرأى أداة أخرى واسعة الإنتشار من أدوات التأثير المتطور علي الرأى العام، حيث يجري استخدام الاستطلاعات بصورة متزايدة لخلق المناخ الذي يبتغيه المسئولون عن الإعلام، كما أنها تساعد في خلق الرأى، وتعلم الملايين ما هو الرأى الذي يفترض أن تبديه الأمة تجاه مثل تلك المسائل المطروحة في أسئلة الاستطلاع [٣١].

أما الفريق الثاني والذي يشمل ممثلي بعض الإتجاهات الليبرالية فإنه ينطلق من فرضيات مختلفة تماما عن الفريق الأول، وإن التقيا في موقف الرفض الكامل، حيث يرى ممثلو الفريق الثاني أن الاستطلاعات تقتحم الحياة الخاصة للأشخاص، ولا تخدم العملية الديمقراطية، إذ تفرط في تبسيط القضايا العامة، وتؤثر بالسلب علي الخيارات الحرة للناخبين حيث تؤدي الاستطلاعات إلى تغيير الإتجاهات في إتجاه ما تشير إليه نتائج الاستطلاعات أو تجعل بعض الأفراد يحجمون عن التصويت [٣٢]. كذلك فإن نتائج الإستطلاعات لا معني لها فهي تصف ببساطة مزاج الجمهور

في وقت إجراء الاستطلاع، لكن ذلك لا يتضمن المعنى الجوهري أو حقيقة موقف الجمهور، ومهما كانت طبيعة نتائج الاستطلاع فمن الصعب أن نفرق بين الحقيقة والنبوءة، وهو ما يثير كثيرا من المشكلات التي تؤثر بالسلب على خيارات الناخبين (٣٣).

٢- التأييد المشروط لاستطلاعات الرأي العام:

يمكن أن ندرج في إطار هذا الموقف الذين يدعون إلى وضع شروط وضمانات كافيه تتعلق بتشكيل الرأى العام ومعاهد قياسه وطريقة عملها وأسلوب نشر نتائج الإستطلاعات في وسائل الإعلام، ورغم إختلاف تقديرات أصحاب هذه الدعوات لأهمية كل شرط، إلا أنهم يتفقون في الدعوة إلى التمسك بأحد الشروط أو معظمها لضمان إجراء استطلاعات صحيحة وموضوعية تدعم الممارسة الديمقراطية، ويمكن الإشارة إلى أهم هذه الشروط:

أ- توفير ضمانات خاصة بحرية مؤسسات استطلاع الرأى العام واستقلالها، وحرية المواطنين في معرفة الأخبار والحقائق ومناقشة الآراء والتعبير عنها في حرية كاملة ودون رقابة أو إكراه **Coercion** ويعرف الإكراه في تشكيل الرأى العام والتعبير عنه بأنه إجبار الأشخاص على فعل أشياء ضد إرادتهم (٣٤).

ب- تحري الدقة والالتزام بالإجراءات المنهجية المتبعة عند إختيار موضوع الإستطلاع وتوقيت إجرائه وإجراءات سحب العينة، وتصميم وتجربة الإستمارة، وتحليل النتائج، وسيعرض الباحث لهذه الجوانب بتفصيل في المبحث الثالث نظراً لإتفاق مؤيدي إجراء الإستطلاعات

علي إختلاف درجات تـأييدهم علـي أهميـة وموضوعيـة منـاهج وأدوات قياس الرأى العام.

جـ- فرض حظر كـامل علـى نشـر نتـائج الاسـتطلاعات حتـى لا تشـوه العملية الديمقراطية وتدفع النـاخبين إلـى مجـاراة إتجـاه الأغلبيـة الـذي تشير إليه نتائج الإستطلاع، فضلا عـن أضعـاف موقـف المرشـح الـذي تشير نتائج الإستطلاع إلى خسـارته.

د- فرض حظر مؤقـت، أي لفـترة زمنيـة قبـل إجـراء الإنتخابـات، وكـان القانون الفرنسي يحظر نشر نتـائج الاسـتطلاعات أثنـاء أسـبوع إجـراء الإنتخابات غير أن هذا الحظـر قـد ألغـي بـدءا مـن عـام ١٩٧٧ (٣٥). ويرى أصحاب الحظر المؤقت أنـه كفيـل بعـلاج الآثـار السـلبية لتـأثير نتائج الاستطلاعات السياسية في العملية الإنتخابية. وتجـدر الإشـارة إلـى أن القانون الأسباني يمنع نشر نتائج الاسـتطلاعات فـي الأسـبوع الأخـير الذي يسبق إجراء الإنتخابات أو الإستفتاءات الفعليـة، ورغـم عـدم وجـود أية قيود رسمية علي إجراء أو نشر نتائج الإسـتطلاعات فـي السـويد، إلا أن العرف جري علي عدم إجراء أو نشر نتـائج اسـتطلاعات الـرأى فـي اليوم السابق علي إجـراء الإنتخابـات (٣٦).

هـ- الإلتزام عند نشر نتائج استطلاعات الـرأى العـام فـي وسـائل الإعـلام بالقواعد والمواثيق المهنية التي تضمـن معرفـة الجمهـور بالجهـة التـي أجري الاستطلاع لحسابها وحجـم العينـة وطريقـة اختيارهـا، وطريقـة جمع البيانات ونوع الأسئلة وأسلوب صياغتهـا، مـع الفصـل بيـن نشـر النتائج وتفسير هذه النتـائج أو التعليـق عليهـا، ونشـير فـي نهايـة هـذا الفصل إلى أهم القواعد والمواثيق الأخلاقية التي تنظـم عمليـة النشـر.

٣- التأييد المتحمس لاستطلاعات الرأي العام:

يشمل هذا الإتجاه أغلب المشتغلين بمهنة الإستطلاع في معاهد ومراكز قياس الرأى العام المختلفة، إضافة إلى فئات واسعة من الإعلاميين والسياسيين ورجال الأعمال والباحثين في العلوم الإجتماعية، ويتفق هؤلاء علي أن الإستطلاعات ضرورية لتحقيق الديمقراطية لأنها تعبر بصدق عن آراء الجماهير، وتكشف الحقائق، وتضمن تدفق المعلومات والآراء بين الحكومة والمواطنين. وقد اطلق جالوب على الرأى العام نبض الديمقراطية، وأشار إلى أن الاستطلاعات تحمي الديمقراطية، وتصون حق الأغلبية ضد سيطرة الأقليات المنظمة والمؤثرة، وتوضح إتجاهات الأفراد تجاه القضايا العامة وأسباب إتخاذهم لهذه المواقف، إذ أنها تعكس الرأى العام كما هو موجود بالفعل، كما تكشف عن موقف الجمهور الواسع الذي ذهب أو لم يذهب إلى صناديق الإقتراع [٣٧]، أي أن جالوب، الذي يعتبر أبرز المتحمسين لاستطلاعات الرأى العام، أكد أن نتائج الاستطلاعات تتفوق عن نتائج التصويت لأنها تعبر عن الرأى العام بما في ذلك الذين ذهبوا أو لم يذهبوا للإدلاء بأصواتهم، من هنا اقترح جالوب أن تكون نتائج الاستطلاعات مصدرا من المصادر العلمية للمعلومات [٣٨].

وقد دفعت أفكار جالوب السابقة بعض المتحمسين للاستطلاعات مثل تيلي **Tilly** إلى القول بإمكانية أن تكون مسوحات الرأى العامة مكملة، وحتي بديلة لعملية الإقتراع والالتماسات والاحتجاجات، فالهيئات الانتخابية تنتخب كل ٤ – ٥ سنوات في الأنظمة الديمقراطية الأمر الذي يطرح مشكلة مصداقية قرارتها ومدي تمثيلها للأكثرية في مجتمع سريع التغير.[٣٩].

ويدافع المتحمسون للاستطلاعات ضد الإنتقادات والتحفظات التي يطرحها الرافضون أو المؤيدون بتحفظات، فيؤكدون أن الإستطلاعات أفادت العملية الديمقراطية بإشاعة المعلومات والجدل بين المواطنين حول المسائل العامة، كما وفرت معلومات صحيحة للقادة السياسيين وعكست لهم مشاعر وإتجاهات الجماهير وتفضيلاتهم، وبالتالي فإنها لم تقض على دور القيادات السياسية كما ذهبت بعض الآراء [٤٠] كذلك فإن نتائج الاستطلاعات عندما تشير إلى تقدم أحد المرشحين قد لا تؤدي إلى انحياز الناخبين أو من لم يحدد رأيه إلى المرشح المتقدم، بل قد يقع العكس كما حدث في بعض الحالات، كذلك قد يقل حماس مؤيدي المرشح الذي تشير النتائج إلى تقدمه، بينما يضاعف مؤيدو المرشح الذي تشير النتائج إلى خسارته من جهودهم لإحداث تغيير لصالحه [٤١].

وعلي عكس ما يقال من أن الاستطلاعات تبسط القضايا لدرجة التشويه يرى المتحمسون أهمية تعريف الناس بالقضايا قبل سؤالهم عنها، ويؤكدون أن الإستطلاعات ترفع من وعي الجمهور وإهتمامه بالإنتخابات مما يشجع على زيادة المشاركة في الانتخابات. [٤٢] وقد أثبتت بعض الدراسات أن الجمهور يتعلم ويعرف أشياء جديدة من الاستطلاعات [٤٣].

وبالنسبة لخطأ الاستطلاعات في توقع نتائج الانتخابات فقد ثبت أن عدد الاستطلاعات الصحيحة يفوق بكثير الإستطلاعات الخاطئة [٤٤] كما أن الإلتزام بالاجراءات والقواعد المنهجية الصحيحة يقضي علي أي خطأ كما قال جالوب الذي أشار إلى الاستطلاعات التي قام بها كنموذج مثالي ينبغي الإقتداء به، فمن بين ١٤ حملة لانتخاب رئيس الولايات المتحدة والكونجرس أجري جالوب خلالها استطلاعات للرأي جاءت نتائجها صحيحة ما عدا الإنتخابات الرئاسية عام ١٩٤٨،

ومع ذلك كانت نسبة الانحراف (الخطأ) تتراوح بين ١ر٧ أو ٢٪ وهي نسبة جيدة مقارنة بنسبة الخطأ الذي يتحدث عنها الباحثون بالنسبة للعينات، والتي تتراوح بين ٣ أو ٤٪. [٤٥] ويخلص المتحمسون لاستطلاعات الرأى إلى أن الرد على المسوح الرديئة أو السطحية هو إجراء مزيد من المسوح الجيدة بأساليب مختلفة [٤٦].

٤- الموقف العملي أو البرجماتي:

يتسم بالمرونة ومحاولة الإعتراف بايجابيات وسلبيات الاستطلاعات مع ميل واضح لترجيح الايجابيات ومن ثم ممارسة مهنة الاستطلاع والاعتداد بنتائجها، مع الدعوة إلى الالتزام بالقواعد والمواثيق الاخلاقية وتطوير أدوات ومناهج القياس إنطلاقا من عدم كفاءتها أو الرضا الكامل عنها. وينتشر أصحاب هذا الموقف علي نطاق واسع بين الفئات التي ينتمي إليها أصحاب الموقف المتحمس.

وينطلق أصحاب الموقف العملي من فرضية أن الاستطلاعات أصبحت صناعة وأداة لمعرفة الآراء والحقائق، وقد تزايدت وانتشرت رغم بعض سلبياتها، ورغم قسوة النقد الذي تعرضت له، وبالتالي لا يمكن التفريط فيها، فهي مثل الصحافة الحرة ، وعملية الإنتخابات تتضمن بعض المخاوف التي تتحول إلى مخاطر إعتمادا علي طريقة استخدامها [٤٧].

أن استطلاعات ومسوح الرأى كعملية تنطوي علي إيجابيات وسلبيات، كما أن لها آثارا مباشرة وغير مباشرة، فقد تؤثر نتائج الاستطلاعات علي زيادة فرص فوز المرشح الذي رجحت فوزه أو ما يعرف بمجاراة الأغلبية أو التأثير المرتد، لكن قد يحدث العكس [٤٨]، كما قد تؤثر الإستطلاعات علي آراء الأفراد الذين من المفترض أن يكون لهم

آراء خاصة، وربما تساعد في بعض الأحيان علي تحقيق نوع من السيطرة الاجتماعية تحول دون ظهور أصوات المعارضة، بيد أن تعريف الجمهور بالجوانب المختلفة للقضايا المثارة قد يساعد علي تشكيل آراء ناضجة ويقلل من آثار السيطرة الاجتماعية، ويخلق ضغوطا علي المسئولين ورجال الحكم (٤٩).

ويري كريسبي أن التقدم في قياس الرأى العام اعتمد علي التقدم في تصميم العينات وزيادة الاهتمام بالجماهير الخاصة، وتحليل اتجاهات الرأى العام في تفاعله مع الأحداث والوقائع، وتنمية رصيد ضخم من الأساليب والأسئلة التي تكشف عن حقيقة الرأى، لكن استطلاعات الرأى العام تواجه معوقات التكلفة العالية والسهولة التي يدخل بها غير المؤهلين مجال الرأى العام، ونقص دراسة ديناميات التغيير والصراع والتفاعلات بين آراء القادة والجمهور.. ويتساءل: هل أصبحت الاستطلاعات أدوات تمكن القيادات من تحريك الجمهور بدلا من أن تكون وسيلة لتحقيق استجابة القيادات لآراء الجمهور، ويطالب بحل هذه الاشكالية التي تؤثر علي ديمقراطية الاستطلاعات (٥٠) ، وكانت بغض الآراء قد أشارت إلي الاستطلاعات كوسيلة من وسائل سيطرة الحكومات، وحذرت من القيود التي يفرضها السياسيون علي إجراء استطلاعات الرأى، ومن خطورة إعاقة الممارسين المحترفين عن ممارسة دورهم مقابل السماح للهواة وغير المحترفين (٥١).

وتؤكد أفكار دوب حول الاستطلاعات مواقف أصحاب الإتجاه العملي حيث أشار إلى صعوبة إجراء استطلاعات الرأى أثناء الحملات الانتخابية وطبيعتها الخاصة والمعقدة، من هنا فإن نتائج الاستطلاعات قد تكون مجرد مرشد للتنبؤ عندما يكون الموقف الذي يجري فيه الاستطلاع

مماثلا للموقف في الحياة الطبيعية، وقد نفى دوب أي دور للاستطلاعات في تعليم الرأى العام أو تطوير العلوم الاجتماعية وأكد أن الاستطلاعات أداة للقياس وللحصول علي المعلومات الصحيحة (٥٢).

٥- نقاط الاتفاق بين مؤيدي ومعارضي الاستطلاعات:

إن اختلاف المواقف السابقة لا يمنع من القول بتشابك وتداخل بعض هذه المواقف ووجود بعض نقاط الاتفاق بين أصحاب المواقف المختلفة، مثل الاتفاق على عدم إساءة استخدام المسوح والاستطلاعات من خلال التحيز في الإجراءات المنهجية للقياس أو التحيز في عرض نتائجها وإستخدام نتائجها لتحقيق أهداف سياسية أو إقتصادية، لكن مشكلة هذا الاتفاق أنه مجرد اتفاق نظري قد لا يتحقق في الممارسة الفعلية سواء بقصد أو عن دون قصد.

علي مستوي آخر ينفرد أصحاب موقف رفض الاستطلاع بالقول بعدم جدوي مناهج وأساليب قياس الرأى العام، بينما يتفق أصحاب المواقف الأخري بدرجات مختلفة علي جدوي أساليب القياس وقدرتها في ظل شروط معينة أن تصل إلى حقيقة الرأى العام أو تعكسه كما هو موجود بالفعل، من هنا يتحدث المتحمسون للاستطلاعات والمسوح باستفاضة عن تقدم مناهج وأساليب القياس ودقتها وموضوعيتها ، وبالتالي قدرتها على الوصول إلى آراء المواطنين والتعبير عن الرأى العام.

في المقابل يتحدث أصحاب الموقف المؤيد بشروط وأصحاب الموقف العملي عن ضرورة ضمان شروط معينة تحقق حرية تشكيل الرأى العام ودقة تطبيق إجراءات القياس، ويطالبون بتطوير أساليب ومناهج القياس. في هذا السياق تبدو أهمية المواثيق والقواعد المهنية عند

أصحاب الموقف المتحمس أو المؤيد بتحفظ أو العملي في ضبط ورقابة ممارسة الاستطلاع في أرض الواقع.

خلاصة القول أن ممثلي هذه المواقف الثلاثة يمثلون أغلبية المشتغلين والممارسين للاستطلاع ، كما أن طموحهم إلى تطوير وضبط إجراءات أساليب القياس وأشاعة الإلتزام بالمواثيق يضاعف من أهمية مناقشة وتحليل هذه الإشكاليات في المبحث القادم باعتبارها تحديات مصيرية تواجه قياس الرأى العام، ويمكن القول أن تلك الإشكاليات تتصل بقضايا الموضوعية والتحيز في مناهج وأدوات القياس في العلوم الاجتماعية عامة، وقياس الرأى العام خاصة.



المبحث الثالث

إشكاليات منهجية ومهنية في قياس الرأى العام

يعتبر استطلاع الرأى العام أحد أشكال القياس التي تتسم بالبساطة والوضوح، ويهدف إلى معرفة آراء الناس أو ما يفكرون فيه (٥٣)، وتعرف الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية قياس استطلاعات الرأى العام بأنه يتضمن ردود أفعال الأفراد التي تتشكل من كلمات أو عبارات محددة في ظروف المقابلة، ويتناول هذا المنظور القياسي عادة كيف يتسع محيط الرأى لكي يشمل المتغيرات الجغرافية أو المستويات الاقتصادية الاجتماعية أو المتغيرات الدينية أو الجماعات الاثنية والتى يضيق قياس الرأى أحيانا عن الإحاطة بها فينحصر في بعض المتغيرات دون غيرها (٥٤).

وقياس الرأى العام يكون بطرق كمية وأخرى كيفية، وتختلف هذه الطرق فيما بينها من حيث دقتها وإكتمالها وسهولتها وتكلفتها (٥٥) وأهم هذه الطرق الإستفتاء أو الاستطلاع المباشر لعينة من المجتمع، وتحليل مضمون وسائل الإعلام وبخاصة الصحف، وطريقة الملاحظة أو الاستطلاع غير المباشر عن طريق ملاحظة سلوك الناس وأحاديثهم وإنفعالاتهم وتحليلها، علاوة علي أسلوب المناقشة الجماعية ، وتعتبر طريقة الاستفتاء والاستطلاع المباشر أهمها وأكثرها أنتشارا حيث تعتمد على المنهج الاحصائي، وعلي توجيه أسئلة معدة أعدادا خاصا حول موضوع معين بقصد الحصول علي ردود الناس عليها ثم تحليل هذه الردود وحساب النسبة المئوية للمؤيدين والمعارضين (٥٦). بينما تراجع استخدام طريقتي الملاحظة وتحليل المضمون، ويشير جيمس ديفيز James

Davis إلى أنه خلال الـ ٣٥ سنة الماضية كان يقال أن المسوح التي تعتمد على استمارة المقابلة علي وشك أن يستعاض عنها بتحليل المضمون والملاحظة والتجارب، لكن شيئا من هذا لم يحدث، واستمرت المسوح وانتشرت، خاصة بعد التوصل إلى العينات الاحتمالية واستخدامها بنجاح، ومن المنتظر أن تزداد كفاءة هذه الأساليب من خلال استخدام الحاسبات الألكترونية (٥٧)، والتكنولوجيا الحديثة في جمع وتحليل البيانات.

ورغم هذا التطور فمن المستبعد الاستغناء عن طريقة الملاحظة لانها تمكن من استطلاع الرأى العام وخاصة في الموضوعات التي قد لا يرغب الناس في التحدث فيها مجاهرة، أو الإجابة علي الأسئلة التي توجه اليهم بشأنها، كما تقدم معلومات كافية عن جوانب الرأى، والإسلوب الذي أبدي به، وملابساته، كذلك فإنها تتناسب والمجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الأمية (٥٨)، لكن المشكلة أن طريقة الملاحظة تتعارض وحق الأفراد في معرفة أن هناك من يسجل آراءهم، وبالتالي قد يساء استخدام هذه الطريقة، علاوة على أن الملاحظين قد يتدخلون بطريقة مقصودة أو غير مقصودة في تسجيل وعرض الآراء.

ويتفق أسلوب المناقشة الجماعية إلى حد كبير مع أسلوب الملاحظة الا أنه يعتمد علي معرفة المشاركين في النقاش بأن هناك بحثا يجري، كذلك فإن آراء المشاركين لا ينظر إليها كتعبير عن الرأى العام.

ويدور جدل ونقاش حول أبعاد وأهداف قياس الرأى العام، وما إذا كان يقيس الرأى العام حقيقة أم يقيس ما سبق للحكومة ووسائل الإعلام أن بثته من معارف وآراء للمواطنين، أم يقيس شيئا ثالثا.

وكان المو روبير وجالوب قد اختلفا حول أهداف استطلاعات الرأى العام، حيث أشار الأول إلى أن التنبؤ بنتائج الانتخابات ليس أفضل وسيلة للحكم علي عملية استطلاعات الرأى، واقترح أن تركز الاستطلاعات علي تقديم تحليل لدوافع الناخب، لا الوصول إلى التنبؤ بنتيجة الإنتخاب، بينما أكد جالوب علي الفكرة التقليدية التي تربط بين التقدم في مناهج وأساليب القياس وبين التنبؤ مسبقا بنتيجة الانتخابات (٥٩). وكان دوب قد تحفظ على فكرة جالوب حول إعتبار نتائج الاستطلاعات أحد المصادر العلمية للمعلومات والتي يمكن أن تفيد في تطوير العلوم الإجتماعية (٦٠) بينما أشار جلاديس انجيل لانج Gladys Engel Lang وكورت لانج Kurt Lang إلى أن الاهتمام بالتنبؤ باختيارات الناخب والمستهلك قد صرف الإنتباه والجهد لفترة طويلة عن دراسة الرأى العام كقوة إجتماعية وشكل من أشكال الضبط الاجتماعي (٦١)، الأمر الذي يعني سيادة الوظيفة التنبؤية لقياسات الرأى العام وضعف بقية الوظائف والأدوار، ولاشك أن هذا الوضع قد أثر في مسار تطور عملية القياس وأدواتها المستخدمة ودقة نتائجها، فلا تخفي صعوبة ودقة التنبؤ بآراء وسلوك الأفراد في ظل عديد من المتغيرات الفردية والبيئية.

أن سيادة الوظيفة التنبؤية لقياس الرأى العام تلقي الضوء على إشكاليات دقة أو موضوعية أدوات قياس الرأى العام. لكن قبل تناول تلك الإشكاليات تجدر الإشارة إلى إشكالية القياس في العلوم الاجتماعية على أساس أن أشكاليات قياس الرأى العام مرتبطة بإشكاليات القياس في العلوم الاجتماعية، بعبارة أخرى تبدو إشكالية قياس الرأى العام أحد مظاهر إشكالية القياس في العلوم الاجتماعية والتي تطرح في أحد جوانبها إشكالية الموضوعية والتحيز في العلوم الاجتماعية.

اولا: اشكالية القياس في العلوم الاجتماعية:

استمدت الاستطلاعات أدوات قياس الرأى العام وطرق سحب العينة من العلوم الاجتماعية، وخاصة علم النفس التجريبي والاجتماعي والتربوي التي أهتمت بمعرفة وقياس آراء وأتجاهات وسلوك الأفراد، علاوة علي قياس التأثير. لكن الملاحظ أن مناهج وأدوات القياس في العلوم الاجتماعية تواجه أزمة مصداقية نتيجة عدم قدرتها علي حل عدد من الاشكاليات المنهجية والثقافية الخاصة بطبيعة العلوم الاجتماعية وحرية الإرادة البشرية، وارتباط القياس النفسي وتأثره بتجارب القياس الفيزيقي النفسي ومحاكاة العلوم الطبيعية (٦٢)، فضلا عن تحيز معظم المقاييس والاختبارات المستخدمة في الدراسات النفسية لقيم ومعايير الطبقة الوسطي في الغرب، التي تحمل لواء الحضارة الغربية منذ القرن التاسع عشر، ففي البداية اعتقدت هذه الطبقة أن المقاييس الغربية تميز بوضوح بين الغربيين وغير الغربيين ولا سيما في اختبارات القدرات العقلية، ثم تحولت النظرة في الثلاثينيات من هذا القرن إلى اعتبار المقارنة غير ملائمة بسبب أن الثقافة الغربية مختلفة تماما عن الثقافات الأخرى، وفي الخمسينيات سادت النظرة النسبية التي تدعو إلى الرجوع بالظواهر النفسية والاجتماعية إلى أطرها الثقافية وتقييمها في ذلك المستوي، وعلي الرغم من إنتشار هذه النظرة إلا أن مصممي الاختبارات كثيرا ما يحاولون تأكيد عالمية اختباراتهم، كما أن غير الغربيين يشجعونهم في أحيان كثيرة على مثل هذا التفكير عندما يأخذون تلك الأدوات على عواهنها ويحاولون تطبيقها في ثقافاتهم (٦٣).

ولاشك أن التحيزات الثقافية التي أرتبطت بأدوات القياس قد أثرت بالسلب على مدى موضوعيتها، ويرى الباحث أن الموضوعية هي ما يمكن الاشتراك في إنجازه، أو سلوك نفس الطريق لبلوغ نتائجه، أو بعبارة أخرى هي ما يؤسس خلال العمل المتفق عليه بين الباحثين [٦٤] وبالتالي فالموضوعية ليست الوقائع العملية التي تظهر من خلال الأجهزة والمقاييس والموازين أو التي تظهر في المعمل الكيميائي بعد التحليل والتركيب [٦٥]. ولا سيما أن أدوات القياس في العلوم الإجتماعية مصممة أصلا بطرق تتضمن تحيزات ثقافية.

وإلى جانب إشكاليتي الموضوعية والتحيزات الثقافية لأدوات القياس عجزت تلك الأدوات - وخصوصا، استمارة المقابلة - في الوصول إلى كل الجوانب التي تهدف إلى التعرف عليها أو قياسها، إذ أن هذه الأدوات تبدأ بعدد من المسلمات لا يتوفر دليل قاطع علي صحتها أولها أن البشرية وحدة أجتماعية وعضوية [٦٦]، وأن الأفراد متساوون. كذلك فإن هذه الأدوات تهمل الآثار التراكمية ولا تهتم بالموقف الذي يجري فيه القياس أو التغيير الذي من الممكن أن يحدث، ولا تربط بين أستجابة المبحوث عند تطبيق أدوات القياس - والتي تعتبر استجابة لموقف طارئ - وبين استجاباته السابقة واللاحقة؛ تعتمد في الغالب الأعم على استجابات لغوية تختلف من ثقافة إلى أخرى ومن مبحوث لآخر - بحسب درجة تعليمه وخبراته - مما يخلق مشكلات خاصة بالمعني [٦٧].

علي مستوي آخر تثار إشكالية مدي دقة استخدام أدوات ومناهج القياس في الممارسة العملية من قبل المشتغلين بالبحوث الاجتماعية، بعبارة أخرى فإن مدي أمانة والتزام الباحثين في استخدام أدوات القياس يمثل

مستوى آخر من مناقشة أشكالية موضوعية وتحيز أدوات القياس في العلوم الاجتماعية، فرغم وجود مواثيق أخلاقية وقواعد متفق عليها لإستخدام أدوات القياس في البحوث الاجتماعية إلا أن إلتزام الباحثين بالعمل بها لم يتحقق، في هذا السياق يصعب التمييز بين إساءة استخدام أدوات القياس بطريقة عمدية أو بطريقة غير متعمدة، أو ما يعرف بالتحيز المقصود والتحيز غير المقصود.

ثانيا: إشكاليات قياس الرأى العام:

في ضوء العرض السابق لإشكاليات القياس في العلوم الاجتماعية يمكن القول أن عملية قياس الرأى العام تواجه إشكاليات القياس في العلوم الاجتماعية وخاصة إشكالية مدى موضوعية أدوات القياس ومدى الدقة أو التحيز المقصود أو غير المقصود في استخدامها ويري الباحث أن تلك الاشكاليات تنعكس وتؤثر بعمق على استطلاعات الرأى العام بالنظر إلى حداثة مجال قياس الرأى العام وطبيعته السياسية والاقتصادية، وبالتالي تعدد مصادر وأسباب أساءة الإستخدام بقصد أو بدون قصد، علاوة علي أعتماد معظم استطلاعات الرأى على أداة واحدة للقياس هي استمارة المقابلة.

ويناقش الباحث تلك الإشكاليات من خلال ثلاثة أبعاد هي: الاختلافات الثقافية وقياس الرأى العام، أجراءات وأااليب قياس الرأى العام، القواعد المهنية لقياس الرأى العام. وفي نهاية الفصل يقدم الباحث رؤيته لقياس الرأى العام وحدود استخدام أدوات وأجراءات القياس في الدراسة الحالية.

١- الاختلافات الثقافيـة وقيـاس الــرأى العـام:

كان بعض الباحثين قد حـاولوا تعميـم اسـتخدام نمـوذج تحليـل نظـم التصويت، إنطلاقا من أن التصويت في الانتخابـات ينطـوي علـي عمليـات تعليمية تتسم بـالتكرار، إلا أن محـاولتهم لـم تنجـح (٦٨). إذ توجـد خلافـات عميقة سياسية وثقافية تؤثر علي السلوك السياسي للنـاخبين فـي كـل مجتمـع، كذلك من غير المنطقي إلا يغير الناخب اختياراته أو حتـي إنتمـاءه الحزبـي.

وقد أفضت الخلافات الثقافية إلى تبـاين الموقـف مـن الاسـتطلاعات، وردود أفعـال المواطنيـن إزاء أسـئلة الاسـتطلاع، ففـي إيطاليـا ثبـت أن المواطنين في بعض مناطق إيطاليا يمتنعـون عـن الإجابـة إذا كـانت الأسـئلة تطرح عليهم من قبل موظفيـن رسـميين أو أشـخاص يعرفونهـم كـالجيران، كما ثبت أن استطلاعات الرأى العام فـي إيطاليـا تعمـل علـى تعديـل سـلوك الناخبين بزيادة مستوى معلومـاتهم وإهتمـامهم بالمسـائل العامـة (٦٩) ولاشـك أن هذه الوظائف أو الآثار تختلف عما يحـدث فـي المجتمـع الأمريكـي حيـث تغلب الوظيفة التنبؤية لاسـتطلاعات الـرأى.

وفي اليابان أصبح لاسـتطلاعات الـرأى العـام شـعبية كبـيرة نتيجـة إرتباطهـا بالديمقراطيـة، ولكـون اليابـانيين ينظـرون لنتـائج الاسـتطلاعات كمصدر مهم لمعرفة ما يفكـر فيـه الآخـرون، فضـلا عـن رغبتهـم فـي أن يكونوا مثل بقية الشعوب الأخـرى (٧٠).

ومن المدهش أن شعبية قياس الـرأى العـام فـي اليابـان قـد تحققـت، رغم أن أساليبها قد لا تتناسب مع الشـخصية أو اللغـة اليابانيـة.

ولعل أبرز مظاهر خصوصية قياس الرأى فـي اليابـان هـي:

أ- أن اليابانيين غير معتادين على الإجابة بنعـم أو لا، كمـا يجيـب الغربيـون عادة، إذ لا يستطيع أمريكي أو أوربي أن يقضـي يومـا كـاملا بـدون أن

يستخدم نعم أو لا لمـرة واحـدة علـى الأقـل، بينمـا يسـتطيع المواطـن الياباني أن يقضي شهرا دون إسـتخدام كلمـة لا (iie) ، أمـا كلمـة نعـم (hai) فإنها غالبا ما تستخدم بمعني أنا أري، والتـي لا تعنـي بـالضرورة الإتفاق مع المتحدث. وعلى سبيل المثال فـإن إجابـة سـؤال: هـل تؤيـد سياسة الحكومة ؟ تعني بالنسـبة للأمريكـي أو الأوربـي نعـم أو لا، إمـا بالنسبة للياباني فإنه يجيب نعم أؤيد لكن، أو يقول لا أؤيد لكـن، ثـم يقـول أشياء تخفف من قوة موقفه أو ما يقصـده لأن التقـاليد اليابانيـة تتطلـب أن يتجنب الفرد التعبير المباشر عمـا يفكـر فيـه، واسـتخدام كلمـات تمكـن الآخرين من إدراك ما يريده بـالضبط.

ب- أن ضمائر الفاعل المفرد والعناصر الذاتية غير مسـتحبة عنـد اليابـانيين، ومن يستخدم ضمير المفرد في أحاديثه يعتـبر مغـرورا، لذلـك نـادرا مـا تستخدم ضمائر المفرد، وعندما يتحـدث مواطـن يابـاني فمـن الصعـب التفرقة هل يتحدث عن رأيه أم عـن رأي المجتمـع.

وإذا كان من المستحيل تجنب ضمير الآخـر you فـي أسـئلة قيـاس الرأى باللغة الإنجليزية، فإن الكلمة المشابهة فـي اليابانيـة هـي (anata) لكـن من النادر أن يستخدمها اليابانيون، أكثر مـن ذلـك فـإن اليابـانين يسـتخدمون تعبيرات مختلفة للإشارة إلى الآخريـن بحسـب ترتيـب مكـانتهم الإجتماعيـة وعلاقتهم بهم، وتبدو مشكلة قياس الـرأى العـام فـي اليابـان عندمـا تسـتخدم الأسئلة كلمة أنت anata مما يضفـي طبيعـة رسـمية غـير مألوفـة بالنسـبة لليابانيين.

جـ- إن اليابانيين يترددون عند الإجابة علـي الأسـئلة الإفتراضيـة.

د- رغم شغف اليابانيين بمعرفة ما يفكر فيه الآخـرون إلا أنهـم يـترددون فـي التعبير عن مشاعرهم بوضوح، بـل أن التعبـير عـن روح الفـرد يعتـبر شيئا غريبا [٧١].

ويمكن القول أن خصوصية اللغة والثقافة اليابانية لم تمنع انتشار وشعبية قياس الرأى العام، حيث لم يقع الباحثون اليابانيون في أخطاء النقل الميكانيكي لأدوات قياس الرأى العام المرتبطة بالثقافة الغربية، وعكفوا علي تطوير وتكييف تلك الأدوات بما يتلاءم ومتطلبات وشروط اللغة والثقافة اليابانية.

وقد دعا حامد ربيع إلى سلوك نهج مماثل بالنسبة لاستطلاعات الرأى في المجتمعات النامية، بما في ذلك الدول العربية، حيث قال "أن دراسة المجتمعات النامية سوف تسمح لنا بتحديد العلاقة بين العامل الثقافي، وتكوين الموقف السياسي المرتبط بظاهرة الرأى العام، بل أن هذه الدراسة هي الوسيلة المباشرة لتقديم تحليل دقيق واقعي على مستوي المجتمع المكروكزمي بخصوص مراحل تكوين الرأى العام" (٧٢). وإقترح استخدام أساليب تحليل قياس رأي عام جديد تتفق وسمات الرأى العام في العالم الثالث حيث تفرض ظاهرة التخلف نفسها علي طبيعة الرأى العام وبالتالي لابد أن تعكس وجودها على تحليل وقياس الرأى العام سواء في مجموعها بوصفها معبرة عن فلسفة منهجية معينة أم في تفضيلاتها كأدوات خاصة بالتحليل (٧٣).

ورغم أن الدعوة السابقة لم تسفر عن نتائج إيجابية في مجال قياس الرأى العام في الدول النامية والوطن العربي، فقد ظهرت بعض الدراسات الغربية التي إهتمت بالتحليل الثقافي المقارن للإعلام والرأى العام، واقترحت إحدى هذه الدراسات الاهتمام بالعمليات الادراكية والمعرفية في المقارنة بين الثقافات، على اعتبار أن الأفراد في كل الثقافات يفكرون من خلال عمليات إدراكية وأشكال معرفية، وأن هذه العمليات متساوية عبر كل

الثقافات، واقترحوا مدخل الموقف المشكل الذي يقوم على ثلاث جوانب هى :نتائج المشكلة، أسبابها، الحلول المقترحة ، وذلك لتحليل الجوانب المختلفة لعملية تكوين الرأى العام (٧٤).

٢- إجراءات وأساليب قياس الرأى العام:-

تتصل هذه الإجراءات والأساليب باختيار موضوع وتوقيت إجراء الاستطلاع، وتحديد حجم العينة، ونوع الإستمارة التى ستستخدم في إجراء المقابلات، ونوع الأسئلة، وخطة العمل الميداني، وأسلوب التحليل الإحصائي، وطريقة تصنيف وتحليل البيانات.

ويؤكد المؤيدون بحماس لقياس الرأى العام حيدة وموضوعية هذه الإجراءات والأساليب إذا طبقت بالطريقة الصحيحة، غير أن أصحاب هذا الموقف يتجاهلون الانتقادات التى توجه لدقة أدوات القياس، وقصورها عن قياس كل جوانب الظاهرة المبحوثه، كما يتجاهلون الاختلافات الثقافية وما قد ينجم عنها من نتائج متباينه حال تطبيق هذه الإجراءات والأساليب، ولاسيما أن معظم إجراءات وأدوات القياس بما في ذلك قياس الرأى العام تنطوي في تكوينها – كما سبقت الإشارة – علي تحيزات للثقافة الغربية، علاوة على صعوبة التمييز بين الأخطاء المقصودة وغير المقصودة عند إستخدام هذه الأدوات.

ولتوضيح جوانب وأسباب التحيز أو الخطأ المقصود وغير المقصود يعرض الباحث هنا لأهم أدوات قياس الرأى العام، وأكثرها انتشارا وهي استمارة المقابلة وإجراءات وأساليب القياس المرتبطة بها، مع ملاحظة ترابط هذه الإجراءات وتبادلها التأثير.

أ- اختيار موضوع الاستطلاع:

تعتبر هذه الخطوة هي أساس دقة وموضوعية الاستطلاع إذ أن الخطأ أو التحيز فى اختيار موضوع الاستطلاع وتوقيته يعني أن بقية خطوات القياس لن تؤدي إلى نتائج سليمة، ويمكن القول أن اختيار الموضوع يعني القدرة على الحكم الصحيح على طبيعة الرأى العام ومدى توافر مقوماته حيث وجود قضية ذات إهتمام عام، وتمس مصالح أغلبية المواطنين، وتخضع للجدل والنقاش على أسس من المعلومات الصحيحة وتعدد الآراء، وهذه المقومات لابد وأن تتوافر قبل إجراء قياس الرأى العام، وإلا أصبح القياس هنا تدخلا في عملية تشكيل الرأى العام يهدف بقصد أو بدون قصد لدفع الرأى العام إلى جهة معينة تتفق والنتائج غير الدقيقة للقياس.

وقد تتوافر معظم مقومات الرأى العام بيد أن غياب بعض المقومات أو حتي مقوم واحد، يؤدي إلى نتائج غير صحيحة بل وزائفة، وفي هذا السياق فإن عنصر التوقيت يلعب دورا بالغ الأهمية في نجاح ودقة عملية القياس، فقد تتوفر هذه المقومات لكن القياس قد يتأخر إلى ما بعد ضعف أو زوال الرأى العام أو ظهور قضايا عامه جديدة، وفي مثل هذه الحالة فإن أدوات القياس مهما بلغت دقتها ستقيس شيئا غير موجود.

وبغض النظر عن نوع الاستطلاع سواء كان سياسيا أم تجاريا فإن مصالح وتوجهات القائمين به أو الممولين تؤثر في إختيار موضوع القياس، بل وقد تدفع إلى اختيار موضوعات لا تتوافر فيها مقومات الرأى العام ولا تراعي بيئة الرأى العام، ولا سيما أنه لا توجد قواعد أو ضوابط منهجية متفق عليها لتحديد متي يكون موضوع ما جديرا بقياس آراء الناس حوله، وعادة ما يعتمد المشتغلون بقياس الرأى العام في تقدير أهمية

الموضوع على الملاحظة، وما تقدمه وسائل الإعلام، علاوة على رغبات الممولين، وهي أمور نسبية تخضع لتحيزات مقصودة أو غير مقصودة.

ب- عينة الاستطلاع:

يعتمد قياس الرأى العام على عينات من الجمهور تحدد وفق اشتراكات عديدة أهمها أن يكون لدى أفراد العينة إهتمام بموضوع الاستطلاع، أي أن موضوع الاستطلاع هو أحد محددات إختيار العينة، إضافة إلى عاملي التكلفة الاقتصادية، والوقت. وبقدر دقة العينة وتمثيلها لفئات الجمهور المستهدف بقدر ما يمكن التوصل إلى نتائج يمكن تعميمها علي المجتمع الأصلي [٧٥]. وقد ساهمت جهود جالوب وكروسلي وروبير في تطوير أسس ومعايير سحب وتصميم العينات، إلا أن المجهود الأهم قامت به منذ الثلاثينيات مؤسسات البحث الأكاديمي والمؤسسات الحكومية في الولايات المتحدة، مثل قسم برنامج المسح الزراعي الذي أشرف عليه رينس ليكرت rennis Likert، والمركز القومي لبحوث الرأى ومركز البحوث المسحية [٧٦].

وأفضت جهود وخبرات معاهد قياس الرأى العام الأكاديمية والتجارية إلى ضرورة الاعتماد على عينات إحتمالية في قياس الرأى العام، وتوفر العينة الاحتمالية Probability لكل فرد في اغلب الحالات فرصة متكافئة ليكون بين أفراد العينة.

وتنقسم العينات الإحتمالية إلى العينة العشوائية البسيطة، والعينة الطبقية [٧٧]. ويختلف حجم كل عينة بحسب طبيعة الموضوع والوقت المتاح، ومدي تجانس مجتمع الدراسة، لكن ثمة أتفاق علي وجود علاقة طردية بين حجم العينة الإحتمالية، ومدي دقة نتائجها وخاصة في توقع

نتائج الانتخابات، وكان جالوب قد أشار أن العينة القومية يمكن أن تكون ١٥٠٠ مفردة كحد أدني ووضع تقديرات لحدود الخطأ بنسبة -+ ٣ فقط[٧٨].

وفي محاولة للتقليل من تأثير عنصري التكلفة والوقت وضمان التمثيل الجيد للمجتمع الذي يجري استطلاع رأيه انتشر استخدام العينات الدائمة ، والتي تسحب عقب كل تعداد عام ، ويراعى تجديدها دوريا كل خمس سنوات وبنسبة ٥٪ أو ١٠٪ حسب قناعات الباحث والإمكانيات المتوافرة. [٧٩] لكن التطور الكبير في الحاسبات الآلية ساعد علي الاتجاه مؤخرا نحو سحب عينة قومية جديدة عند كل استطلاع ، فقد أصبحت هذه العملية تجرى في وقت قصير وبتكلفة قليلة.

ومع ذلك فإن أغلب استطلاعات الرأى السياسية أو التجارية لا تستخدم عينات مما قد يعرضها لمخاطر نتيجة ضغط عاملي الوقت والتكلفة الاقتصادية، وحتي في حالة استخدام عينات دائمة فإن هناك مخاطر من نوع آخر تتعلق بفكرة العينة مهما كان نوعها وحجمها ومدي قدرتها على تمثيل أفراد المجتمع، حيث يري بورديه أن آراء الأفراد غير متساوية، كما أن قياس الرأى العام بالعينة يفشل في معرفة الحالة الجوهرية للآراء والمواقف التي تتشكل فيها وخصوصا أثناء الأزمات [٨٠].

والواقع أن هناك جدلا ونقاشا حول علاقة العينة بفكرة الديمقراطية ورأى الأغلبية التى يفترض أن يمثلها الرأى العام، فالعينة في التحليل الأخير هي أقلية من الأفراد جري اختيارهم بطريقة عشوائية لضمان تمثيل المجتمع علي نحو دقيق وموضوعي، بيد أن العشوائية نفسها قد تتضمن إستبعادا لعناصر من المجتمع، [٨١] أي تؤثر بالسلب علي فكرة الديمقراطية. ويتفق الباحث مع الرأى القائل بعدم المساواة في قوة وعمق

تأثير آراء الأفراد، وبأن نموذج المواطن العادي الذى يتصرف على نحو عقلانى ، غير دقيق ومضلل لأنه يتجاهل الاختلافات بين الأفراد وتأثير الجماعة في تشكيل الرأى العام (٨٢). ولكن ذلك لا يعني الإتفاق مع بعض الآراء التي طالبت بزيادة الإهتمام بقياس آراء النخبة أو الجماهير الخاصة بدلا من الجمهور العام (٨٣).

جـ- استمارة جمع البيانات:

يوجد إتفاق عام بين الباحثين في العلوم الاجتماعية والمشتغلين بقياس الرأى العام على أن تتضمن الاستمارة أو الاستبيان أو الاستخبار Questionnaire الأسئلة التي يمكن من خلالها التعرف على آراء الجمهور تجاه القضية موضوع القياس، وأن تصاغ بطريقة واضحة وسهلة وبعيدة عن التعقيد، وأن تخلو الأسئلة تماما من الصيغ الإيحائية أو الكلمات التي تحتمل أكثر من معني، كما يراعي العناية بحسن تبويب الأسئلة تسهيلا لتبويب الإجابات (٨٤) كما يتفق الباحثون على ضرورة التسلسل المنطقي للأسئلة والموازنة بين أبعاد القضايا بحيث لا تركز على جوانب على حساب جوانب أخرى.

وتوجد عدة أنواع من الأسئلة أهمها الأسئلة المغلقة، والأسئلة المفتوحة ، ويري كانتريل أن الأسئلة المفتوحة تسمح بتقديم إجابات لها قيمة كبيرة في معرفة الآراء السائدة فعلا، بينما تكون الأسئلة الثنائية أو ذات البعدين، التي تتطلب إجابات بنعم أو لا، عظيمة القيمة في المشاكل المحددة والواضحة (٨٥).

وبغض النظر عن نوع الأسئلة فإن كل سؤال من المفترض أن يسعي إلى الوصول إما إلى حقائق ومعلومات، أو آراء بخصوص القضية

موضوع الاستطلاع (٨٦). كذلك فإن بعض الأسئلة تهدف إلى قياس شدة الآراء، أو للتفرقة بين الأفراد الذين يملكون معلومات كافية عن القضية موضوع الاستطلاع ومن لا يملكون عنها شيئا، حيث يستبعد الأفراد الذين لم يسمعوا أو يقرأوا شيئا عن تلك القضية لأنهم لا يستطيعون تقديم رأي يمكن التعويل عليه، (٨٧) وتعرف هذه الأسئلة بأسئلة التصفية Questions filtre.

وللتأكد من تحقيق الشروط السابقة، يناقش فريق البحث تصميم الاستمارة وصياغة الأسئلة، كما تعرض علي عدد من الباحثين والخبراء، حيث يعاد تصميمها عادة في ضوء نتائج النقاش وآراء المحكمين، ثم تجري تجارب لتطبيق الاستمارة لمعرفة مدي وضوح الأسئلة، ومستوي صدق وثبات الاستمارة وقدرتها علي تحقيق الأهداف التي صممت من أجل بلوغها، وعادة ما تؤدي هذه التجارب إلى إدخال تعديلات في صياغة أو ترتيب الأسئلة.

وثمة اتفاق بين الباحثين علي أهمية الإجراءات السابقة، لكن توجد بعض الخلافات حول الأساليب والطرق التي تتم بها، كما يوجد جدل وخلاف حول مدي إمكانية قياس ثبات الاستمارة من خلال قياس درجة الاتساق في إجابات عينة الدراسة الاستطلاعية لتجريب الاستمارة. ويرى الباحث أن الثبات غير مطلوب أساسا عند استطلاع آراء الجمهور أو الرأى العام، لأن الآراء بطبيعتها متغيرة بحسب الموقف وسياق الأحداث والقضايا المطروحة.

وتأتي بعد ذلك مرحلة اختيار الباحثين الذين سيقومون بإجراء المقابلات، وتدريبهم، ووضع نظام لتوجيههم والإشراف عليهم أثناء العمل،

علاوة على ضمان المراجعة الميدانية لنتاج عملهم، ويفترض في الباحثين الميدانيين الامانة والموضوعية والقدرة على كسب ثقة المبحوثين وتعاونهم، مع تجنب أي صورة من صور التدخل المباشر أو غير المباشر والتي قد تؤثر على إجابات المبحوثين (٨٨).

بيد أن كل الشروط والإجراءات المرتبطة بمراحل تصميم الاستمارة وجمع البيانات لا تضمن تحقيق الموضوعية أو عدم التحيز، بل يمكن القول أن الاستمارة كأداة أساسية لقياس الرأى العامر بما تعتبر أحد مصادر التحيز سواء كان مقصودا أم غير مقصود. فقد لا تشمل كل جوانب القضية موضوع الاستطلاع، وكانت إحدي الدراسات قد أوضحت أن استطلاعات الرأى التي أجريت إبان خفض الدول العربية إنتاجها من البترول أثناء حرب أكتوبر ١٩٧٣، أو ما عرف في الدول الغربية بأزمة النفط قد ركزت على المشكلة وأغفلت الأسباب (٨٩).

ومن المحتمل أن يؤدي ترتيب الأسئلة أو ترتيب بدائل الاجابة إلى التأثير في آراء المبحوث أو الإيحاء له بموقف أو رأي معين، كما أن بعض الأسئلة المركبة تربك المبحوث وتؤثر علي إجابته، مثل السؤال: هل تؤيد العقوبات الاقتصادية ضد جنوب أفريقيا للقضاء على التمييز العنصري؟ فقد يكون المبحوث ضد التمييز العنصري، لكنه ليس مع وسيلة العقوبات الاقتصادية، وبالتالي تدفعه صياغة السؤال إلى الإجابة بطريقة لا تتفق مع آرائه (٩٠).

من جانب آخر فإن اعتماد الاستمارة على أسئلة مغلقة فقط أو مفتوحة فقط يؤثر بالسلب على نتائج القياس، من هنا اقترح كامبل وشومان Campbell and Schuman استخدام النوعين والمزج بينهما، لكن لا

توجد ضوابط أو معايير لتحديد مثل هذا الإستخدام سوى طبيعة الموضوع ونوع المعلومات المطلوبة، [٩١] وهي لاشك أمور نسبية تخضع لخبرة وأولويات الجهة التي تجري القياس، تماما كما هو الحال بالنسبة لتجارب تطبيق الاستمارة، لكن تجريب وتعديل الإستمارة يخضع أساسا لعاملي الوقت والتكلفة.

د- تطبيق الاستمارة:

وتبقي بعد ذلك التحيزات التي تحدث أثناء تطبيق الاستمارة، وترجع إلى طبيعة عمل الباحثين الميدانيين، وكفاءتهم، ومدى أمانتهم، وتكلفة البحث الميداني، وطبيعة المواقف التي تجمع الباحثين بأفراد العينة.

وعلى أي حال تعد هذه المرحلة من أكثر المراحل تعرضا لاحتمالات ومخاطر تحيز الباحث الميداني أو تدخله، بقصد أو بدون قصد، في توجيه آراء المبحوث تحت دعوي حثه على الاجابة أو لسرعة الانتهاء من مهمته، كما أن توقيت إجراء المقابلة، ومكانها، والأحداث المحيطة لها تأثير [٩٢]، بل أن نبرة وطريقة إلقاء الباحث للأسئلة تؤثر في أجابات المبحوث.

وتجدر الإشارة إلى تأثير الاختلافات الثقافية والاجتماعية والسياسية في عملية تطبيق الاستمارة، ومدي صدق وصراحة المبحوثين في الإجابة علي أسئلة الإستمارة. ففي الدول النامية يتحوط المبحوث في الاجابة بقوله لا أعرف، او يدلي برأي يتصور أنه يرضي الباحث بغض النظر عن اتساقه أو عدم إتساقه مع ما يعتقده ويؤمن به فعلا. ولما كان الفرد في الدول النامية، وخصوصا في الريف قد نشأ علي طاعة الكبار بصفتهم أهل الحكمة والرأى السديد، ولم ينشأ علي حرية ابداء الرأى فانه

قد لا يري في نفسه الصلاحية، أو لا يري من حقه التعبير عن وجهة نظره إزاء العديد من القضايا [٩٣].

وعادة ما يواجه جامعو البيانات صعوبات جمة في العثور على عناوين أفراد العينة وترتيب مواعيد مسبقة معهم، مع كل ما يحيط بذلك من مواقف الريبة والتشكيك من جانب المبحوثين في ظل ظروف تاريخنا الاجتماعي، وكذلك توقعات المبحوثين الحصول علي خدمات أو مساعدات من جامعي البيانات [٩٤].

هكذا تكثر عوامل التحيز في تطبيق استمارة قياس الرأى العام في مصر ودول الجنوب، حيث تنتشر الأمية ويفتقر أغلب المواطنين للوعي بأهمية المشاركة في الاستطلاعات، فضلا عن صعوبة الإعتماد علي وسائل البريد أو الهاتف.

هـ- تحليل البيانات:

بعد جمع البيانات تجري عملية تصنيف وتحليل البيانات إحصائيا، وقد أصبح إنجاز هذه العملية يتم بسرعة وبدقة عالية، وبتكلفة أقل بفضل التطور الكبير في الأجهزة والحاسبات الآلية (الكمبيوتر) والبرامج المتعددة الخاصة بالتحليل الاحصائي المناسبة لموضوع البحث واهدافه [٩٥]، وتري ناهد صالح أن اخطر صور التحيز هو استخدام أساليب لتحليل ومعاملات إحصائية غير ملائمة لطبيعة البيانات أو توزيعها، بما في ذلك استخدام أسلوب التحليل العاملي [٩٦].

أما المصدر الثاني للتحيز – مقصودا كان أم غير مقصود – فهو التعامل مع افراد عينة استطلاع الرأى ككتلة واحدة متجانسة، وبالتالي عدم

الاهتمام بتحليل الاختلافات بين الافراد والجماعات [٩٧]، اذ قد يكون من المفيد توضيح هذه الاختلافات واسبابها من خلال استخدام اختبارات احصائية مناسبة او المنهج المقارن او باستخدامهما معا.

اما المصدر الثالث للتحيز فيرتبط بوجود احكام مسبقة او توقعات لدي الباحث تدفعه، بوعي او بدون وعي، إلى تحليل البيانات بطريقة تؤكد سلامة هذه الاحكام والتوقعات، بغض النظر عن طبيعة البيانات التي بين يديه ونتائجها التي قد تتضمن احتمالات ووجهات نظر أخرى [٩٨].

و- عرض النتائج:

تختلف خطوة عرض النتائج عن نشر النتائج في وسائل الاعلام، او بالاحري، قيام وسائل الاعلام باختيار بعض النتائج ونشرها وفق ظروف واعتبارات المساحة او الوقت ومصالح القوي التي تعبر عنها الوسائل. اما عرض النتائج فهو قيام الباحث او الهيئة التي تقوم بقياس الرأى العام بكتابة تقرير عن نتائج عملها، ويطلق احيانا علي هذه العملية كتابة التقرير، وعادة ما تشمل عرضا لكل الخطوات والاجراءات التي استخدمت في الاستطلاع، وتوقيته والظروف المحيطة به، والنتائج التي انتهي اليها التحليل الاحصائي، وعادة ما يميل المشتغلون بقياس الرأى العام إلى تقديم عرض بسيط ومركز مع استخدام لغة تقريرية، والبعد قدر الامكان عن التفسير، مع التمييز دائما بين النتائج المجردة وما يقدمه الباحثون من تفسيرات.

وتتضمن هذه الخطوة كغيرها من الخطوات السابقة احتمالات ومخاطر شتي للتحيز المقصود وغير المقصود، فقد يخلط الباحثون بين

النتائج والتفسيرات، او يعرضون النتائج الاحصائية بدون تفسير لكن بطريقة توحي بنتائج ودلالات معينة تتفق ومصالحهم او ما لديهم من تحيزات. كما قد يركزون علي بعض النتائج ويهملون نتائج أخرى، او لا يذكرون شيئا عن نسبة من لا راي لهم او لا اعرف [٩٩]. وفي بعض الاحيان تظهر مشكله أخرى اذا كانت استمارة الاستطلاع لم تضع في اعتبارها استجابة من لا راي لهم [١٠٠] بيد أن هذه المشكلة ترتبط بتصميم استمارة الاستطلاع اكثر من عرض النتائج.

٣- القواعد المهنية لقياس الرأى العام:

أوضح العرض التاريخي لنشأة وتطور استطلاعات الرأى العام (أنظر المبحث الأول من هذا الفصل) أن المشتغلين بمهنة قياس الرأى العام شكلوا روابط وجمعيات محلية ودولية تهدف إلى تنظيم المهنة والارتفاع بمكانتها، من خلال مناقشة إجراءات القياس وتبادل الخبرات النظرية والعملية للحد من مصادر التحيز والإرتفاع بمستوي دقة وموضوعية الاستطلاعات، علاوة علي وضع قيود وضوابط علي دخول غير المؤهلين لمجال قياس الرأى العام.

وفي إطار هذه الأهداف ظهرت كثير من الروابط والجمعيات مثل الرابطة الأمريكية لبحوث الرأى العام (AAPOR)، والجمعية الأوروبية لبحوث الرأى العام والتسويق (ESOMAR)، والرابطة الدولية لعلم السياسة (IPSA) والرابطة الدولية لعلم الاجتماع (ISA) والرابطة الدولية لبحوث الإعلام (IAMCR)، والرابطة العالمية لبحوث الرأى العام (WAPOR). وقد قامت الرابطة الاخيرة عام ١٩٨٢ بالتعاون مع الروابط والجمعيات السابقة، بوضع مجموعة قواعد للمتخصصين والممارسين

code of professional practices ethics and في مجالات مسوح الرأي والإتجاهات، وبحوث جمهور وسائل الإعلام، وبحوث التسويق والمسوح الإجتماعية [١٠١]. وتعتبر هذه القواعد من أهم القواعد والمبادئ التي تهدف إلى تنظيم ممارسة عملية قياس الرأي العام، كما أنها الأكثر انتشارا بحكم المكانة العالية التي تتمتع بها الرابطة العالمية لبحوث الرأي العام. ولا تخرج معظم المواثيق والقواعد التي وضعتها الجمعيات المحلية والدولية عن قواعد الرابطة الدولية.[١٠٢]

وتتطرق القواعد التي أصدرتها الرابطة العالمية لبحوث الرأي العام (WAPOR) إلى أسس العمل بين الباحث (الجهة التي تقوم بالقياس) والعميل Client (الجهات التي تطلب إجراء قياس معين)، وترتب مسئوليات علي الباحثين وعلي العملاء. أهمها أن يراعي الباحث الدقة في جمع الحقائق والمعلومات والإلتزام بقواعد البحث العلمي وإلا يحجب المعلومات عن العميل، وأن يخبر العملاء علي قدم المساواة بنتائج عمله في حالة وجود أكثر من عميل ستقدم له المعلومات، في المقابل علي العميل الإلتزام بمشروع البحث وبتسديد إلتزاماته المالية، وعدم نشر نتائج المسح بطريقة انتقائية وخارج سياقها، وعليه أن يطلع الباحث أيضا علي طريقة نشر نتائج المسح.

وتغطي قواعد الرابطة العالمية لبحوث الرأي العام (WAPOR) المعايير الواجب توافرها في كتابة التقرير النهائي، والقواعد التي تنظم علاقة الباحث بالمبحوثين، وبين الباحثين أنفسهم، وتتضمن قواعد كتابة التقرير الجهه التي أجري المسح لحسابها، وأهدافه، والخطوات والإجراءات المنهجية المتبعه، وحجم ونوع العينة، وأسلوب سحب العينة، والإجراءات المتبعة للتأكد من مدي سلامة العينة مع ذكر نسبة الذين رفضوا الإجابة، أو ليس لهم رأى.

بينما تركز قواعد العلاقة بين الباحث والمبحوثين على حقوق المبحوث في رفض الإجابة وسرية المعلومات التي يقدمها.

أما قواعد العمل بين العاملين فتشير إلى مبادئ عامة مثل التنافس على أسس عادلة ومراعاة قواعد المهنة (١٠٣).

ومن الصعب أدراك أبعاد القواعد والمبادئ السابقة خارج السياق الإجتماعي والإقتصادي والسياسي الذي أفرزها حيث ظهرت استطلاعات الرأى العام التجارية والسياسية في دول تأخذ بالنظام الرأسمالي والتعددية السياسية، وقد سمحت هذه الأوضاع بتطور استطلاعات الرأى، وظهور مهنة قياس الرأى، وتأسيس روابط وجمعيات للمشتغلين بمهنة قياس الرأى العام، للدفاع عن حقوقهم وتنظيم حقوق وواجبات الأطراف المشاركة أو الممولة للاستطلاعات، فضلا عن تطوير وضبط أدوات وإجراءات القياس.

في هذا السياق، من المنطقي أن نجد قيم وآليات السوق كامنة في فرضيات وأهداف، بل وصياغات القواعد المهنية للرابطة العالمية لبحوث الرأى العام (WAPOR)، فهناك إقرار بحق الممول في اختيار الموضوع والأسئلة التي ستطرح على الجمهور، وإحتكار نتائج المسح لصالحه،وكذلك حق الجهة البحثية في الإتفاق مع أكثر من عميل لإجراء استطلاع على موضوع معين ،(١٠٤) الأمر الذي يعكس الطابع التجاري لعملية القياس، فمعني حق الممول في اختيار موضوع ما لاستطلاع آراء الناس حوله أن من حقه ضمنيا اختيار التوقيت رغم خطورة هذا العامل في عملية تكوين وقياس الرأى العام. من جهة أخرى فإن مقدار التمويل اللازم للاستطلاع يحدده بطبيعة الحال الممول، مما يؤثر بطريقة غير مباشرة في حجم العينة وأدوات جمع البيانات، وكفاءة الباحثين الميدانيين الذين يمكن استخدامهم.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن القواعد المهنية للرابطة العالمية WAPOR قد خلت من التمييز أو الفصل بين الاستطلاعات السياسية وبحوث جمهور وسائل الإعلام وبحوث التسويق، رغم اختلاف طبيعة كل منها وتباين أهدافها واستخداماتها.

ويمكن القول أنه كلما غلبت الصفة التجارية على الصفة العلمية للمؤسسة تعاظم الأنقياد لكافة مطالب الممول حتي لو كانت علي حساب الموضوعية في معالجة الموضوع محل الاستطلاع (١٠٥)، أي يتلاشي أو يضعف الإلتزام بالقواعد المهنية، بيد أن الإشكالية التي تثار هنا هي معايير التمييز بين المؤسسات العلمية والتجارية، ولا سيما أن كل مؤسسات استطلاع الرأى العام تدعي الالتزام بقواعد البحث العلمي والاستقلال والموضوعية، ومع ذلك ثبت في حالات كثيرة إرتكاب مؤسسات وصفت بأنها ذات تقاليد علمية أخطاء وتجاوزات مقصودة، وعلى سبيل المثال ذكرت مجلة الأيكونوميست أن المعهد الفرنسي للرأي العام IFOP أعلن أنه زيف عمدا نتائج أحد الاستطلاعات المتعلقة بنظرة الشعب الفرنسي إلى المهاجرين المقيمين في فرنسا، فجعل نسبة من يحبذون طردهم من البلاد ٥٧٪ بدلا من ٧٧٪. (١٠٦) كذلك كان جورج جالوب يعتبر منظمته لقياس الرأى العام المنتشرة في أنحاء العالم المختلفة جزءا متمما للسياسة الخارجية الأمريكية، وقد إرتبط معهد جالوب بالتوجه الرئاسي الأمريكي (١٠٧)، وثبت تحيز بعض الاستطلاعات السياسية التي قام بها مثل ما حدث في الاستطلاع القومي لجالوب عام ١٩٧٠ حيث خصص ٥٪ فقط من أسئلته للسياسة الأمريكية في فيتنام وسؤالين فقط من مائة وأثنين وستين سؤالا للعلاقات العنصرية، ولم يخصص أيا من أسئلته لما عرف بثورة الشباب في الستينيات، وما أرتبط بها من حركات أصلاح أجتماعي ورفض لحرب فيتنام والتمييز العنصري (١٠٨).

هكذا يصبح من الصعب تقدير مدى التزام مؤسسات قياس الرأى العام بقواعد وأسس البحث العلمي الاجتماعي، وكذلك بمدى التزامها بالقواعد والمواثيق المهنيةلا ستطلاعات الرأى ، إذ إنها قد صيغت بطرق تسمح بتدخل، وربما هيمنة الجهة الممولة سواء كانت فردا أم شركة أم مؤسسات حكومية، ويضاعف من إحتمالات ذلك أن القواعد والمواثيق الأخلاقية هي مجرد مرشد عام لا يقوم على قاعدة الإلزام. وبالتالي فإن الإلتزام بهذه المواثيق يعود في التحليل الأخير إلى قيم الباحث وأخلاقياته، وهي بلا شك أمور ذاتية، الأمر الذي يقلل من الأسس الموضوعية المجردة التي يدعي المتحمسون لاستطلاعات الرأى العام توافرها في أدوات وأساليب القياس.

٤- رؤية الباحث لقياس الرأى العام:

إذا كانت إشكاليات قياس الرأى العام لا تقتصر علي سوء استخدام نتائج الاستطلاعات، بل تتصل بقصور عملية القياس ذاتها والأدوات والإجراءات المستخدمة، فهل يعني ذلك التوقف عن قياس الرأى العام، بعبارة أخرى إذا كانت أدوات وأجراءات القياس لا تخلو من مصادر التحيز المقصود وغير المقصود سواء علي المستوي النظري أم في الممارسة العملية فهل من الجائز الدعوة لرفض قياسات الرأى العام ونتائجها، وخاصة أن القواعد المهنية لم تضع - وليس بمقدورها أيضا أن تضع - نهاية لتحيز استطلاعات الرأى العام.

أن إشكاليات القياس ومخاطر التحيز التي حاولت الدراسة توضيحها في هذا الفصل تساعد على القول بضرورة إعادة النظر في النموذج المثالي لقياس الرأى العام الذي يتبناه ويروج له الإتجاه المتحمس لاستطلاعات الرأى العام، وكذلك الإتجاهان المؤيد بتحفظ والإتجاه العملي (البرجماتي)، حيث يفترض أصحاب هذه

الإتجاهات الثلاثة على تباين درجة تأييدهم للاستطلاعات واختلاف ممارساتهم، أن هناك إمكانية للوصول إلى قياس دقيق وموضوعي للرأي العام، وأن الرأى العام كما تقيسه استطلاعات الرأى العام هو نبض الديمقراطية وفق مقولة جالوب الشهيرة. والملاحظ أن أصحاب المواقف الثلاثة ينطلقون من فرضية أساسية هى إمكانية تكوين الرأى العام وظهوره على أسس من التفاعل الاجتماعي الحر القائم على الجدل والنقاش الواعي دون تدخل أو توجيه من وسائل الإعلام والقوي المسيطرة.

ويتحفظ الباحث على صحة مقولة جالوب، ويدعو إلى مراجعة النموذج المثالي لقياس الرأى العام وموضوعية الاستطلاع وذلك بهدف التأكيد علي أمرين:

الأول: نسبية نتائج استطلاعات الرأى العام، بمعني الحد من الثقة في دقة وموضوعية أدوات وإجراءات القياس ونتائجها، والنظر إليها كمؤشرات عامة لا تخلو من قصور معرفي وتحيزات غير مقصودة أو مقصودة بهدف خدمة قوى إجتماعية، أو حكومات مسيطرة على المجتمع الذي يجري فيه الاستطلاع، وتجدر الإشارة إلى أن القوى المسيطرة اجتماعيا تؤثر في البيئة التي تشكل الرأى العام كما تقيسه الاستطلاعات.

الثاني: أن أدوات وإجراءات قياس الرأى على ما يعتريها من نقص إضافة إلى ما يشوب استخدامها من تحيز لا تقيس دائما الرأى العام، بل تقيس في معظم الحالات نتاج عمليات التوجيه وتزييف الوعي والدعاية التي تضطلع بها على نحو منظم ومؤسس الحكومات والشركات المتعددة الجنسية والقوى الاجتماعية والاقتصادية المسيطرة.

مراجع وهوامش الفصل الثاني

(١) • Norman. M. Bradburn and Seydman, polls and Surveys: understanding what they tell us (san francisco, Jossey – bass publishers, 1988) P. 2.

(٢) • Norman. M. Bradburn and Seymour Sudman, polls and Surneys: Understanding what they tell us (San Francisco: Jossey – Bassey – Bass hvc, publisher, 1988) P. 12.

(٣) • Noel, Perrin, the poll of 1977, reo. M. Christenson and Robert,. O. Mcwilliams, (eds), op, Cit, pp 585 – 588.

(٤) ناهد صالح، قياس الرأى العـــام، المـــاضي والحـــاضر والمســـتقبل، مرجع ســـابق، ص ١٥.

(٥) المرجع الســـابق، ص ١٨ – ٢٦.

(٦) اعتمدت الدراسة في هذا الجزء علــــى:-

(٧) • Rober M. Worcester, political opinion polling: An international review, (London: the Macmillan press Ltd, 1983).

ناهد صالح، قياس الرأى العـــام، المـــاضي والحـــاضر والمســـتقبل، مرجع ســـابق ص ٤٨.

(٨) • Norman. M. Bradburn and Seymour Sudman, op, pp 29 – 30.

(٩) • Mervin. D. Fied, political opinion polling in the united states of america, Robert M. Worcester, Political opinion polling, op, Cit, P.P. 200 – 202.

(١٠) • Reo. M. christenson and Robert . O. Mcwilliams, op, Cit, 531.

(١١) ناهد صالح، قياس الرأى العـــام: المـــاضي والحـــاضر والمســـتقبل، مرجع ســـابق، ص ٨٨.

(١٢) لمزيد من التفاصيل انظر: المرجع السابق، ص ١٠٣ – ١٧٥.

(١٣) يحيى أبو بكر، حاضر قياس الرأى ومستقبله في مصر، ندوة قياس الرأى العام في مصر، مرجع سابق، ص ٦٠، ٦٢.

(١٤) هربرت. أ. شيللر، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق.

(١٥) ناهد صالح، قياس الرأى العام: الماضي والحاضر والمستقبل، مرجع سابق، ص ٤٨.

(١٦) أرمان ماتلار، مرجع سابق، ص ٧٩ – ٨٣.

(١٧) لمزيد من التفاصيل انظر:-

- Mcphee with claser, A. williams, eds, A model for Analyzing Voting systems in public opinion and congressional elections (new york: free press, 1962).

(١٨) ارمان ماتلار، مرجع سابق، ص ص ٥٠ – ٥١.

(١٩) هربرت . أ. شيللر، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق، ص ١٣٨.

(٢٠)، نقلا عن هربرت . أ. شيللر، المتلاعبون بالعقول مرجع سابق،

(٢١) ص١٣٩.

(٢٢) • Eric Stoltz and Jack torobin, public relation by numbers, American Demographics, Vol, 13, Iss. 1, January 1991, pp, 42 – 46.

(٢٣) • Mervin. D. field political opinion pollin in the U. S. A. Robert. M. Worcester ed, op, Cit, P. 203.

(٢٤) صحيفة الحياة، ٣٠/ ٩/ ١٩٩٣.

(٢٥) هربرت شيللر، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق، ص ١٤٠.

(٢٦) هربرت. أ. شيللر، المتلاعبون بالعقول، مرجـــع ســـابق، ص ١٤٠ – ١٤٢، ١٤٨.

(٢٧) لمزيد من التفاصيل انظـــر:-

- Albort Hadley Cantril, ed, polling on the ssues (Washington , D. C: seven locks press, 1980).

(٢٨)
- P. Bourdieu, op, Cit, PP. 124 – 130.

(٢٩)
- Friedrich pollock Empirical research into opinion, op, Cit, P, 231.

(٣٠) إدوار هيرمان ونعوم تشومسكي، صناعة الـــرأى العـــام والاقتصـــاد السياسي لوسائل الإعلان، عرض حسن وجيــــه، السياســـة الدوليـــة، عـــدد ١٠٢، أكتوبـــر ١٩٩٠ ص ٢٤٤ – ٢٤٧.

(٣١) هربرت. أ. شيللر، مرجـــع ســـابق، ص ٢١٤ – ٢١٦.

(٣٢)
- Norman M. Bradbarn and Seymour Sudman, op, Cit, PP, 194 – 195.

(٣٣)
- Mervin D. Field, Political opinion polling in the united states of America, op, Cit, PP, 208 – 209.

(٣٤)
- Clarence Schettler, op, Cit, P. 137.

(٣٥)
- Jean stoetzel, political opinion polling in france, Robert. M. Worcester, ed, op, Cit, P. 18.

(٣٦) ناهد صالح ، مؤتمر اســـتطلاعات الـــرأى، ستراســـبورج (فرنســـا) ٢٦ – ٢٨ نوفمبر ١٩٨٦، عـــرض، المجلـــة الاجتماعيـــة القوميـــة، المجلد الرابع والعشرون، العـــدد الأول، ينـــاير ١٩٨٧، ص ١٢٥ – ١٣٧.

(٣٧)
- Ceorge . H Callup, presenting Majority rule, alport hadley Cantril, ed, pollin on the Issues, op, Cit, PP 168 – 174.

(٣٨) • Martin Roiser, Commonsense, Science and public opinion, Journal for the theory of social behaviour, Vol, 17, No, 4, December 1987, PP 411 – 432.

(٣٩) عزيز حيدر، الرأى العام الإسرائيلي في ظل الانتفاضة حتى اندلاع أزمة الخليج، المستقبل العربي، عدد ١٥١، سبتمبر ١٩٩١، ص٢٣ – ٤٩.

(٤٠) • Joh . C. Ranney, Do the polls serve democracy, public opinion Quarterly, Vol. 10, No. 3, Fall 1946, P.P 349 – 360.

(٤١) • Robert. M. Worceseter, polling in the united ststes of america, op, Cit, p. 211.

(٤٢) • Norman . M. Bradburn and seymour sudman, op, cit, P. 199, P, 209.

(٤٣) • Carroll. J. Glynn, and Ronald . E. Qstman, public opinion about public opinion, Journalism Quaterly, Vol. 65, No, 2, summer pp, 299 – 306.

• George .H. Callup, Presenting Majority rule, Alport hadley Cantril, ed, pollin on the Issues, op , Cit, PP 168 – 174.

(٤٤) • Michael Edison and Susan Heimann, public opinion polls, (new York: Franklin Watts, Inc, 1972) P. 55.

(٤٥) • George Callup, Do polls tell the story, william J. Crotty, ed, Public opinion and politics, op, cit, P31.

(٤٦) • Paul. B. Sheatsly, the future study of public opinion: A symposium, les bogart ed, op, cit, pp, S173 – S191.

(٤٧) • Michacl Edison and Susan Heimann, op, citP. 58.

(٤٨) • Mervin . D. Field, op, cit, PP. 210 – 211.

(٤٩) • V.O. Key, Jr, public opinion and democraics, op, cit, PP. 296 – 302.

(٥٠) • Irving Crespi Crespi, the future study of public opinion: A Symposium, Les Bogart, ed, op, cit, PP. S 173 – S191.

(٥١) • Robert Worcester, Ibid.

(٥٢) • Ieonard. W. Doob, public opinion and propaganda. op, cit, p. 146, pp, 151 – 159.

(٥٣) • Bernard. C. hennessy, op, cit, 37.

(٥٤) ناهد رمزي، مرجع سابق، ص ١١٠.

(٥٥) أحمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه، مرجع سابق، ص ٢١٣.

(٥٦) مختار التهامي، الرأى العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص ٧٨.

(٥٧) • James danis, the future study of public opinion: A symposium, op. Cit, pp. S 1173 – S191.

(٥٨) لمزيد من التفاصيل انظر:
مختار التهامي، الرأى العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص ص ٨٢ – ٨٤.

(٥٩) ناهد صالح، قياس الرأي العام الماضي والحاضر والمستقبل، مرجع سابق، ٧١.

(٦٠) • Leonard. W. Doob, public opinion and propaganda. op, cit, pp 151 – 159.

(٦١) • Gladys Engel Long an Kurt Long, op, cit, PP. S173 – 191.

(٦٢) رفيق حبيب، العلوم الاجتماعية بين التحديث والتغريب: نموذج علم النفس، ورقة في ندوة إشكالية التحيز: رؤية معرفية ودعوة للاجتهاد، المعهد العالمي للفكر الإسلامي ونقابة المهندسين، القاهرة: ١٩ – ٢١ فبراير ١٩٩٢.

(٦٣) شرف الدين الملك، عيوب تقنين الاختبارات النفسية الغربية على البيئات العربية، ورقة غير منشورة.

(٦٤) صلاح قنصوه، وحدة المنهج وتحدد المنحى في العلوم الاجتماعية، في ندوة إشكالية العلوم الاجتماعية في الوطن العربي، (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٨٣) ص ٩٣ – ١٠٨.

(٦٥) يحيي هويدي، مقدمة في الفلسفة العامة، القاهرة: النهضة المصرية، ١٩٦٦) ص ٣٦.

صلاح قنصوه، الموضوعية في العلوم الإنسانية: عرض نقدي لمناهج البحث (القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر، ١٩٨٠) ص ٢٣١.

(٦٦)
- D. T. Campbell, degress of freedom and the case study, Comparative political studies, No, 7, 1975, PP, 178 – 183.

(٦٧) شرف الدين الملك، مرجع سابق.

(٦٨) لمزيد من التفاصيل انظر:-
- Mcphee with Glaser and William, op, Cit.

(٦٩)
- Pieraolo Luzzatto – Fegiz Political opinion polling in Italy, Robert .M. Worcester, ed , op, Cit, PP 133 – 151.

(٧٠)
- Sigeli Nisihira , Political opinion polling in Japan, Robert. M. Worcester (ed), op, cit, PP, 152 – 168.

(٧١)
- Ibid.

(٧٢) حامد ربيع، بحوث الرأى العـــام فـــي المجتمعـــات الناميـــة، لويـــس كامل مليكة، محرر، في قراءات في علـــم النفـــس الاجتمـــاعي فـــي البلاد العربية، المجلد الثـــاني (القـــاهرة: الهيئـــة المصريـــة العامـــة للتأليف والنشـــر، ١٩٧٠) ص ٥٢.

(٧٣) المرجع الســـابق، ص ٥٧.

(٧٤) • Alex. S. edelstein. Youichi Ito, and Hans Mathias Kepplinger, op cit, PP, 188 – 189.

(٧٥) • Norman. M. Bradburn and Seymour Sudman op, cit, PP. 110 – 127.

(٧٦) • Bernard. C. Hennessy, op, PP. 64 – 70.

(٧٧) • Res. M. Christenson and Robert .O. Mcwi Lliams, Voice of the people, op, cit, P. 531.

(٧٨) صفوت فرج، الإحصاء فـــي علـــم النفـــس (القـــاهرة دار النهضـــة العربيـــة، ١٩٨٢) ص٢٥٠ – ٢٥٢.

(٧٩) • George Gallup, Do polls tell the story, op, cit, PP, 30 – 33.

ناهد رمزي، مرجـــع ســـابق، ص ١٧٦ – ١٧٧.

(٨٠) • P. Bourdieu, op, cit, 128.

(٨١) • Micael Edison and Susan Himaun, op, cit, PP, 36 – 37.

(٨٢) • Richard Bordy, the Future study of public opinion: A Symposium, op, cit, PP. S173- S191.

(٨٣) • Irving crespi, Ibid.

(٨٤) مختار التهامي، الرأى العام والحرب النفســـية، مرجـــع ســـابق، ص ٧٩.

(٨٥) ج. ب. جيلفورد، ترجمة يوسف مراد ، ميادين علم النفس النظرية والتطبيقية، الميادين النظرية، المجلد الثاني (القاهرة: دار المعارف، ١٩٦٩) ص ٩٥٦.

(٨٦)
- Norman M. Bradburn and Seymour sudman, op, cit, PP. 147 – 148.

(٨٧) ناهد رمزي، مرجع سابق، ص ١٨٨.

(٨٨)
- Bernard .C. Hennessy, op, cit, PP, 81 – 82.

(٨٩)
- Alex. S. Edelstein, youichi Ito and Hans Mathias Kepplinger, op, cit, P. 198.

(٩٠)
- Norman.M. Bardburn, and Seymour Sudman, op, cit, 148.
- Maria Elena Sanchez, Effects of Questionnaire design on the Quality of survery date Public Opinion Quarterly, Summer 1992, Vol, 56, No. 2, PP, 206 – 217.

(٩١)
- D.T. Campbell, op, cit, PP. 178 – 193.

(٩٢)
- H. Schuman, the open and Closed question, American sociological review, No, 44, 1979, PP, 692 – 712.
- Michael Edison and Susan .F. Heimann, op, cit, P, 40.

(٩٣) كمال المنوفي، الرأى العام في الدول النامية: بيئته ومشاكل قياسه مرجع سابق، ص ١٧٦.

(٩٤) علي فهمي، البحث في المنهج، نحو علوم اجتماعية قومية، المجلة الاجتماعية القومية، الاعداد ١، ٢، ٣، يناير – مايو – سبتمبر، ١٩٨٢، ص ٣ – ١٥.

(٩٥)
- shirley Dowdy and Stanley Weaden, Satisics for research (New York: John Wiley and Sons, 1991) PP 6 –27.

(٩٦) نـــاهد صـــالح، التحـــيز والموضوعيـــة فـــي اســـتخدام الاســـلوب الاحصائي في البحوث الاجتماعيـــة.

(٩٧) • Richard Brody, op, cit, PP. S173 – S191.

(٩٨) • Norman .M. Bradburn and Seymor Sudman, op, cit, Pp. 156 – 161.

(٩٩) • Iblid, PP, 160 – 161.

(١٠٠) ناهد رمزي، مرجع ســـابق، ص ٢٠٢.

(١٠١) • Robert .M. Worcester, op, cit, P. 299.

(١٠٢) انظر على سبيل المثال القواعد التـــي وضعتهـــا الجمعيـــة الأوربيـــة لبحوث الرأى العام والتسويق SOMAR الصـــادر عـــام ١٩٨٦.

• Icc/ ESOMAR/ Nternational code of markerting and social research.

(١٠٣) • WAPOR, code of Professional ethics and practices of the world of association for public opinion research.

(١٠٤) • Ibid.

(١٠٥) ناهد صالح، نشر اســـتطلاعات الـــرأى العـــام، مرجـــع ســـابق، ص ص ٣ – ٢٤.

(١٠٦) يحيي أبو بكر، حاضر قياس الـــرأى العـــام ومســـتقبله فـــي مصـــر، في ندوة قياس الرأى العام في مصر، مرجـــع ســـابق، ص٦٠ – ٧٨.

(١٠٧) هربرت شيللر، المتلاعبون بالعقول، مرجـــع ســـابق ص ١٤ – ١٤٢ ص ٢١٥.

(١٠٨) ناهد صالح، قياس الرأى العـــام: المـــاضي والحـــاضر والمســـتقبل، مرجع ســـابق ص ٨١.

الفصل الثالث

قياس الرأى العام فى مصر
مع تحليل لنماذج من إستطلاعات الرأى العام

الفصل الثالث

قياس الرأى العام فى مصر
مع تحليل لنماذج من استطلاعات الرأى العام

تناولت الدراسة في الفصل السابق إشكاليات قيـــاس الــرأي العــام علــى المستويين النظري والعملي، وأشارت إلى خصوصية تلك الإشـــكاليات فـــي دول الجنوب.

من هنا يسعي المبحث الأول في هذا الفصل إلى توضيح أسباب ومظـــاهر تلك الخصوصية، والعقبات التي حالت دون انتشــــار الاســتطلاعات – وخاصــة الاستطلاعات ذات الطابع السياسي – والشك في مصداقية أغلب الاستطلاعات التي تجرى في معظم دول الجنوب بما فيها مصر، فضلا عـــن الجــدل بيـــن مؤيـــدي ومعارضي إجراء استطلاعات الرأي العام في مصر كنموذج لنوعيــــة ومســتوى الجدل والنقاش الدائر في دول الجنوب حول إشكاليات قياس الرأي العام.

ويقدم المبحث الأول عن قياس الرأي العام في دول الجنوب إطـــار عــام تمهيديا لموضوع المبحث الثاني حول أوضاع قياس الـــرأي العــام فـــي مصــر والمؤسسات التي تقوم به، أما المبحث الثالث فيختص بالدراسة التطبيقية على بعض نماذج من استطلاعات الرأي العام التي قام بها جهاز قياس الـــرأي العـــام التـــابع للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، والذي يعتبر الهيئة العلمية الرئيســـية التي تشتغل بقياس الرأي العام.

المبحث الأول

إشكاليات قياس الرأي العام في دول الجنوب

بعد انتهاء الحرب الباردة، وانهيار النظام الثنائي القطبية أصبح مصطلح العالم الثالث بلا معني أو دلالة حقيقية، من هنا برز مصطلح الجنوب للإشارة إلى مجموعة الدول التي كانت تعرف بالعالم الثالث.

ورغم نسبية مصطلح الجنوب، إلا أنه أقرب للواقع من مصطلح العالم الثالث، وأكثر دقة من مصطلح العالم النامى أو الدول النامية حيث ثبت إن معدلات التنمية تتراجع في كثير من هذه الدول، كما أن المصطلح يستخدم الآن لوصف بعض دول شرق أوربا والجمهوريات السابقة، علاوة على أن السعى للنمو هو عملية تقوم بها أيضا الدول الصناعية المتقدمة.

ومع ذلك فإن مصطلح الجنوب يثير بدوره إشكاليات لا تقل عما كان يثيره مصطلح الدول النامية أو العالم الثالث، وتتعلق هذه الإشكاليات بمدى دقة المصطلح في الحديث عن مجموعة عريضة ومتنوعة من الدول التي توجد بينها خلافات ثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية كبيرة، إلا أن بينها عددا من المشتركات أهمها المعاناة من آثار الاستعمار، وأشكال التبعية الاقتصادية والثقافية وضعف الإنتاجية، وانتشار الأمية، وانخفاض مستويات المعيشة، وسوء توزيع الثروة، وعدم الاهتمام بالبحث العلمي واستخدام التكنولوجيا، وغياب مؤسسات المجتمع المدني، وسيادة نظم غير ديمقراطية عادة ما تسيطر على وسائل الإعلام بطرق مختلفة وتوظفها لصالحها.

وبصفة عامة ما تزال المشتركات السابقة أهم ما يميز دول الجنوب ، وخاصة أن التحولات السياسية والاقتصادية في البيئة الدولية أو ما يسمي بالنظام

الدولي الجديد تعمل في غير صالحها (١)، ومن هنا يمكن استخدام مصطلح الجنوب بدلا من دول العالم الثالث أو النامي كاطار للدراسة ، حيث يسود اتفاق عام بين المهتمين بدراسة الرأي العام – على اختلاف تخصصاتهم – حول خصوصية الرأي العام بصورته الحديثة والمعاصرة في دول الجنوب نتيجة المشتركات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والإعلامية التي تجمع بينها.

أولاً : خصوصية الرأى العام فى دول الجنوب

عادة ما يشير مفهوم خصوصية الرأي العام بالأساس إلى مجموعة من الاختلافات بين طبيعة الرأي العام وعملياته في دول الجنوب ومثيله في الدول الصناعية المتقدمة وخاصة الولايات المتحدة ودول أوربا الغربية، وذلك نتيجة اختلاف الظروف التاريخية والأوضاع المجتمعية في كل منهما.

لكن الملاحظ أن ثمة نظرة سلبية تسود بين الباحثين في العلوم الاجتماعية عند تناولهم لظاهرة الرأي العام في دول الجنوب حيث يرى البعض أن الرأي العام في دول الجنوب سطحي، [٢] وفاعليته محدودة،[٣] كما أن فرص وجوده إزاء القضايا المهمة والحيوية في الدول النامية فرص ضئيلة للغاية، وإذا وجد فهو رأي عام كامن، ومن ثم تصبح المشكلة: كيف نقيس شيئا لا وجود له أو شيئا كامنا [٤].

وتقف وراء هذه النظرة السلبية مجموعة من الأسباب والعوامل أهمها: غياب الديمقراطية في دول الجنوب، وضعف مؤسسات المجتمع المدني، وهيمنة السلطة التنفيذية وسيطرتها علي وسائل الإعلام، وانتشار الأمية، ومحدودية الوعي السياسي.

لكن يمكن القول أن النظرة السلبية للرأي العام في دول الجنوب ترجع إلى الاعتماد على الأطر النظرية والخبرات العملية السائدة في الغرب والخاصة

بتعريفات الرأي العام وعوامل تكوينه ودوره في السياسة العامة، فضلا عن أساليب وإجراءات قياسه، وبالتالي محاولة الحكم على الرأي في دول الجنوب استنادا إلى الأطر والخبرات الغربية التي تستخدم كمعايير للحكم على مدى تشكل أو نضج الرأي العام في دول الجنوب وفاعليته وإمكانية قياسه، أي أن الأطر النظرية والخبرات العملية الغربية الخاصة بالرأي العام تصبح النموذج الذي يجب أن يحتذى، ومثل هذا النهج يعكس التأثر بالرؤية المهيمنة على الفكر الغربي والتي تقوم على تمركز الحضارة الغربية حول الذات، ونفي ما هو غير غربي من الثقافة والتاريخ وربما الوجود (٥).

واذا كانت هذه الأطر والخبرات هي نتاج لخبرة وتطور المجتمعات الرأسمالية الغربية فإنها قد لا تتسق منطقيا مع الأوضاع المجتمعية في دول الجنوب، ولا تنطبق عليها، وبالتالي تتضح أبعاد الفجوة بين بيئة الرأي العام في مجتمعات الجنوب وعمليات قياسه، وبين الأطر النظرية والخبرات العملية في الدول الرأسمالية المتقدمة والخاصة بتكوين وقياس الرأي العام ودوره في النظام السياسي. في هذا السياق تدعو ناهد رمزي إلى الحرص عند نقل خبرة الغرب إلى مجتمعاتنا العربية فيما يتعلق بالاعتماد على استطلاعات الرأي في اتخاذ القرارات أو رسم السياسات، لاختلاف الظروف الاقتصادية والتاريخية والحضارية، وتحذر من محاكاة دول الغرب في نقل خبراتهم كخبرة جاهزة في مجال دراسات الرأي العام(٦).

ورغم أهمية هذه الدعوة فإن الإشكالية تتجاوز الحرص في نقل خبرة الغرب، أو مراعاة خصوصية مجتمعات الجنوب، إلى أزمة الأطر النظرية والخبرات السائدة في الغرب.

وتتلخص هذه الأزمة في اعتماد الأطر النظرية الغربية على نموذج أو صورة مثالية لعملية تكوين الرأي العام وقياسه تقوم على حرية الفرد، وديمقراطية المجتمع ودور الاستطلاعات في تأكيد وحماية هذه الديمقراطية، غير أن الجدل والنقاش الذي عرضت له الدراسة، والذي تناول عمليات تكوين الرأي العام وقياسه، كشف عن كثير من الانتقادات التي توجه لهذا النموذج في الممارسة العملية.

لقد اتضح أن الاستطلاعات لا تقيس بالضرورة الرأي العام الحقيقي، وأن التعددية السياسية في المجتمعات الغربية لا تحول دون وجود قوي اجتماعية وسياسية تسيطر على الاقتصاد والسياسة والإعلام، وتصوغ الرأي العام وفق مصالحها، وبالتالي تقيس استطلاعات الرأي عمليات تزييف الوعي، بيد أن الأوضاع السياسية في المجتمعات الغربية تسمح في بعض الحالات بظهور رأي عام متحرر من سيطرة هذه القوي، بينما من النادر أن يظهر الرأي العام الحر في مجتمعات الجنوب.

ولا يعني ذلك المساواة بين عمليات تقييد وتزييف الرأي العام في دول الجنوب ودول الشمال، كما لا يعني أنها مجرد اختلافات في الدرجة لا النوع، بل العكس، يعتقد الباحث في عمق هذه الاختلافات، ويقترح العمل **لإنجاز مهمتين:-**

١- تبني وتطوير منظور يعتمد على النسبية الثقافية وبالتالي الحق في التعدد والاختلاف عن النموذج الليبرالي الغربي للرأي العام. ويفترض هذا المنظور أيضا عدم التسليم بموضوعية ودقة استطلاعات الرأي العام، فثمة حدود وخصوصيات لدراسة الظواهر الإنسانية وقياسها سواء في دول الشمال أم الجنوب.

٢- تطوير فهم أدق وأشمل لطبيعة الرأي العام في دول الجنوب، وعوامل تكوينه، ومشاكل قياسه، والاختلافات بينه وبين الرأي العام في دول الشمال على أسس من التعدد الثقافي الذي يسمح بوجود أكثر من نموذج لدراسة وقياس الرأي العام، أي رفض فكرة تعميم أو فرض نموذج وحيد في دراسة وقياس الرأي العام، يعكس الأوضاع التاريخية والمجتمعية للدول الرأسمالية الغربية. ويتطلب ذلك الاجتهاد من أجل صياغة أطر ومداخل نظرية تراعي الخصوصية الثقافية لدول الجنوب.

وتجدر الإشارة إلى صعوبة إنجاز المهمتين بالنظر إلى:

أ- التحولات المتسارعة في النظام الدولي أو ماأصبح يعرف بالعولمة، والتي لا تقتصر على الأبعاد الاقتصادية والسياسية، بل تعكس أوضاعا ثقافية وأيديولوجية من بينها الشعور بانتصار الليبرالية الغربية على الشيوعية، وعدم وجود منافس أو بديل أيديولوجي لليبرالية، وبالتالي ضرورة فرض الليبرالية السياسية والاقتصادية كنموذج وحيد للتقدم والحضارة.

في هذا السياق أكد فوكاياما Fukuyama أن "الليبرالية هي نقطة النهاية في تطور البشرية الأيديولوجي، ومن ثم انتشارها في العالم كله باعتبارها الشكل النهائي للحكومة البشرية، لكن الليبرالية لم تحقق بعد انتصارها الكامل، فثمة أيديولوجيات منافسة تتلخص في الدين والقومية. والإسلام هو الوحيد الذي يطرح الدولة الثيروقراطية كبديل سياسي لكل من الليبرالية والشيوعية"، ويتابع فوكاياما" إن الجانب الأكبر من العالم الثالث مازال يتخبط في أوحال التاريخ وسيكون ساحة للنزاع خلال سنوات طويلة مقبلة." (٧).

وبعد حرب الخليج الثانية تعززت مكانة الليبرالية حتي أصبحت "لا تتمتع

بالتفوق من حيث الشرعية والجاذبية الأيديولوجية فقط، بل أيضا بالتفوق العسكري والاقتصادي، وأصبح من الصعب أن نلمح في الأفق، أي قوة غير ديمقراطية قادرة على التحدي سواء على الصعيد الأيديولوجي أو الاقتصادي أو العسكري" (٨).

من هنا برزت الدعوة الغربية للعولمة Globalization في الاقتصاد والسياسة والثقافة والإعلام ومجالات البحث في العلوم الاجتماعية، وتستغل هذه الدعوة التقدم المذهل _ddي تكنولوجيات الاتصال والإعلام، والحاجة إلى مواجهة مشكلات بيئية على الصعيد العالمي، لنشر النموذج الليبرالي الغربي في كافة مجالات الحياة (٩). وتأكيد هيمنة الغرب كمركز واحد للحضارة وفرض أولوية الاقتصاد، أو السوق العالمية الحرة، وإهمال خصوصيات المجتمعات والقوميات والثقافات، أي طبع المجتمع الوطني بالطابع الخارجي، الذي هو طابع مجتمع دولة الهيمنة المركزية الواحدة (١٠).

ب- الافتقار إلى قاعدة وافية من المعلومات والبيانات عن الرأي العام في دول الجنوب تعتمد على نتائج استطلاعات للرأي العام ومسوح اجتماعية تجري في ظروف بيئية، وإزاء أحداث مختلفة، وعبر فترات زمنية متصلة، مما يتيح اختبار صحة الفرضيات والأطر النظرية المقترحة، كما يسمح بالمقارنة مع النموذج الغربي الذي شيد على قاعدة من المعلومات ونتائج استطلاعات ومسوح اجتماعية منذ ثلاثينيات هذا القرن.

والواقع أن استطلاعات الرأي العام لم تنتشر في دول الجنوب كما هو الحال في دول الشمال، فقد بدأ انتشار مراكز قياس الرأي العام في دول الجنوب منذ منتصف الستينيات، (١١) إلا أن معظمها يرتبط بأجهزة معينة في الدولة كالجهاز الاعلامي مثلا أو غيره من الأجهزة الرسمية، وتفتقر دول الجنوب لأجهزة علمية

تستخدم الأساليب العلمية الموضوعية في القياس أو عرض النتائج [١٢].

إن معظم مراكز قياس الرأي العام في دول الجنوب يتبع الحكومة تبعية مباشرة أو غير مباشرة، فهي إما تشكل جزءا من مهام رئاسة الدول المباشرة، أو ترتبط بإحدى الوزارت، أو الأجهزة الرسمية المهمة في الدولة. كما اقتصر عملها علي إجراء قياسات في موضوعات غير صدامية، ولا تمثل محاور اهتمام فعلية أو قضايا ستفجره لدى الجماهير.[١٣] وكان ليوبوجارت Les Bogart قد أكد أن طبيعة النظام السياسي في دول الجنوب تؤثر في اختيار موضوعات قياس الرأي العام، وافترض أن الديمقراطية والتعددية السياسية شرط أساسي لظهور رأي عام يمكن قياسه [١٤].

لقد أجريت قياسات لموضوعات تخدم مصالح النظم السياسية السائدة في دول الجنوب، واستخدمت نتائج معظم هذه الاستطلاعات في تبرير سياسات النخب الحاكمة، وتزييف وعي الجماهير، فالنظم السياسية في الدول النامية تسعى إلى خلق رأي عام مساند، أو هو رأي يحقق بطريقة أو بأخرى الشرعية السياسية، أي يؤثر على اتجاهات المواطن إزاء النظام السياسي [١٥]. بعبارة أخري فإن استطلاعات الرأي تستخدم إلى جانب وسائل الإعلام، التي تسيطر عليها نظم الحكم في أغلب دول الجنوب، في تزييف الرأي العام وادعاء وجود رأي عام مساند.

هكذا طغي التوظيف السياسي والدعائي على استطلاعات الرأي العام في دول الجنوب، فلم تظهر نتائج استطلاعات الرأي أي آراء أو مواقف مغايرة للمواقف الرسمية، من هنا افتقرت للمصداقية والثقة، وظهرت ثلاثة تفسيرات:

الأول : يشكك في سلامة الإجراءات المنهجية المتبعة في عملية القياس.

والثاني : يشك في إمكانية وجود رأي عام في معظم دول الجنوب إذ لا

تتوافر مقومات وعوامل تكوين الرأي المتعارف عليها وفق النموذج الغربي للرأي العام، وبالتالي فإن قياسات الرأي العام حتى بافتراض موضوعية ودقة إجراءاتها تقيس شيئا غير موجود.

أما التفسير الثالث: فقد جمع بين التفسيرين الأول والثاني، حيث أكد افتقار دول الجنوب إلى مقومات أو بيئة الرأي العام، إضافة إلى وجود صعوبات فنية ومنهجية تحول دون قياسات الرأي العام مثل ندرة البحوث وعدم كفاية الإحصاءات (١٦).

ثانيا : إمكانيات قياسات الرأى العام فى دول الجنوب

لعل التفسيرات الثلاثة السابقة تقود إلى السؤال عن مدى إمكانية إجراء قياسات للرأي العام في دول الجنوب؟

لقد طرح هذا السؤال بأكثر من صيغة في ندوة قياس الرأي العام في مصر التي نظمها المركز القومي للبحوث الاجتماعية عام ١٩٨١ وقد اتفق معظم المشاركين على اختلاف مواقفهم – حول وجود رأي عام، ومدي فاعليته على أهمية القيام بقياسات للرأي العام في دول الجنوب لأنه حقيقة قائمة بغض النظر عن طبيعة النظام السياسي ومدى ديمقراطيته، وإلا فكيف تفسر الثورات الشعبية والمظاهرات واعمال العنف الجماهيري. وذهبت بعض الآراء إلي أهمية البدء بالموضوعات غير السياسية لأنها قد تكون مفيدة في ترشيد جهود التنمية، والبحث عن صيغ وأساليب جديدة لقياس الرأي العام الحقيقي في الدول النامية تتفق وأوضاعه التاريخية والمجتمعية (١٧).

غير أن بعض المشاركين حاولوا التمييز، بل والتحذير من عدم التمييز بين الرأي العام كواقع موجود بالفعل، ومدى صلاحيته للقياس (١٨)، وكذلك مدي الحرية

المتاحة لتشكيل الرأي والتعبير عن الآراء [١٩]، وطرح رأي يرى أن قياسات الرأي العام في الدول النامية تدور وجودا وعدما مع الاقتراب من احد القطبين الرئيسيين الدكتاتوري والديمقراطي، وأن اختيار موضوعات هامشية لاستطلاعات الرأي العام في العالم النامي يؤدي إلى قياسات للرأي لا الرأي العام [٢٠].

وتقدم الآراء والمواقف السابقة نموذجا لنوعية ومستوى الجدل والنقاش المثار حول اشكاليات قياس الرأي العام في دول الجنوب، ويلاحظ تركيزها على استطلاعات الرأي السياسية، ومدى فاعلية وقدرة الرأي العام على التأثير في السياسات العامة، وهي موضوعات تتعلق بقضايا سياسية شائكة تمس مصالح السلطات والقوى الاجتماعية المسيطرة، ومن الصعب ضمان عدم تدخل السلطات في دول الجنوب أو الشمال في تشكيل الرأي العام إزاءها سواء كان ذلك بطرق مباشرة أم غير مباشرة، وبطبيعة الحال تختلف درجات التدخل وأساليبه بحسب درجة التطور الديمقراطي.

بعبارة أوضح لا يمكن التسليم بفرضية توافر الحرية في تشكيل الرأي العام حتى في الدول الرأسمالية المتقدمة، وبالتالي فإن من غير المنطقي تقييم استطلاعات الرأي العام في دول الجنوب – حيث تبتعد أغلب نظمها السياسية عن النموذج الليبرالي الغربي بدرجات مختلفة – وفق أسس ومعايير النموذج الليبرالي في صورته المثالية النقية والتي لا يعمل بها حتى في المجتمعات الغربية المعاصرة، علاوة على الاختلافات التاريخية والثقافية بين دول الشمال والجنوب.

من جانب آخر فإن النموذج الليبرالي قد ارتبط من الناحية التاريخية بالتطور الرأسمالي، كما أن انتشار وتطور استطلاعات الرأي قد ارتبط ببحوث السوق، وهي موضوعات لم يتطرق إليها الجدل والنقاش السابق والذي تركز على الاستطلاعات السياسية فقط.

وتجدر الإشارة إلى انتشار وتطور بحوث السوق والاستطلاعات المرتبطة بها في الدول العربية والعديد من دول الجنوب، ومن المتوقع زيادة هذه البحوث مع التحولات في النظام الدولي، وتنامي الاتجـاه نحـو الديمقراطيـة والخصخصـة Praivitzation وسياسات الإصلاح الاقتصادي، والسعي نحو عولمة الاقتصاد بمـا يدعم مصالح الشركات متعددة الجنسية، من هنا ينبغي التمييز بين الأبعاد المختلفـة لقياس الرأي العام استنادا إلى نوع الاستطلاعات وأهدافها، والجهـة التـي تقـوم بالتمويل، أو تتولي القيام بها.

وفي كل الحالات من المتوقع زيادة وانتشار قياسات الرأي والرأي العام في دول الجنوب، وارتباطها بالنشاط الدعائي والإعلاني للشركات متعـددة الجنسـية والدعوة لعولمة النموذج الليبرالي وهيمنته ثقافيا.

ويمكن القول أن السيادة ستكون في السنوات القادمة لبحوث التسويق، التي ستجريها مؤسسات وشركات خاصة، كما سيلعب التمويل الأجنبي المباشر وغـير المباشر، وخاصة التمويل الذي ستقدمه الشركات متعددة الجنسية دورا بارزا فـي اختيار الموضوعات وتحديد أساليب واجراءات القيـاس ولا يعنـي ذلـك غيـاب استطلاعات الرأي العام السياسية، بل على العكس قد تزداد إذ إن القـوى المحليـة والدولية المسيطرة يهمها معرفة اتجاهات الـرأي العـام، أو آراء الجمهـور، أو قطاعات منه إزاء القضايا السياسية ذات الاهمية.

ويري ستانسفيلد تيرنر Stansfild Turner المديـر السـابق للمخـابرات المركزية أن النظام الدولي الجديد يتطلب المزيد من التركـيز علـى المخـابرات الاقتصادية والسياسية، ويؤكد احتياج الولايات المتحدة للتنبؤ بالأحداث الناتجة مـن التراكمات التحتية في موقف الجمهور مثل العداء المتزايد لحكومة قائمة أو أنفجار أعمال العنف، ويدعو رجال المخابرات الأمريكية ورجـال السـلك الدبلوماسـي للاهتمام بمعرفة اتجاهات الرأي العام، ويفضل تيرنر تجنيد عملاء محليين للقيـام

سرا بجمع عينات من الرأي العام، لأن المواطنين الذين تجري المقـــابلات معهـم يقومون بتحوير إجاباتهم عند إعطائها لأشخاص من الأجانب (٢١).

وتلقي أفكار تيرنر الضوء على مدى اهتمام القوى الكبرى بمعرفة توجهات الرأي العام للحفاظ على مصالحها، كما تشير بوضوح إلى احتمالات توظيـــف، أو استخدام شركات، أو معاهد خاصة محلية في دول الجنوب لاستطلاع الرأي العــام لمصالح قوى أجنبية سواء بطرق مباشرة أم غير مباشرة.

ولاشك أن هذه الاحتمالات -فضلا عن توقع زيادة وانتشار اســـتطلاعات الرأي العام بأنواعها في ظل دول الجنوب- تثير إشكاليات وتحديات من نوع جديد وخاصة في النشأة الحديثة نسبيا لمؤسسات قياس الرأي العام، وعدم وجود روابــط أو جمعيات مهنية قوية تشرف على تقاليد وقواعد ممارسة المهنة وآدابها، ومن هنا يقترح الباحث وضع ضوابط وقواعد قانونية ومهنية لتنظيم إجراء قياسات الـــرأي في مصر ودول الجنوب، شرط أن لا تحد مـــن حريـــة البـــاحثين فـــي اختيـــار الموضوعات وإجراء قياسات، سواء كانت للرأي العام أو لآراء الجمهور.



المبحث الثاني
قياس الرأى العام في مصر

لا يهدف هذا المبحث إلى كتابة تاريخ قياس الرأى العام في مصر، وإنما يقتصر على اعطاء صورة عامة ومختصرة لإسهامات المراكز والهيئات التي تعمل في هذا المجال، حتى تأسيس جهاز قياس الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية عام ١٩٧٦.

والمدخل الذي تقترحه الدراسة لإنجاز هذا الهدف هو التركيز على النشاط المعلن للمراكز والهيئات الوطنية التي قامت أو ادعت قياس الرأي العام - بغض النظر عن مدى توافر مقومات الرأي العام - سواء كانت حكومية أم خاصة، مع ربط هذا النشاط بالسياسات العامة التي اتبعت في مصر، وكان لها بالغ الأثر في تحديد طبيعة مراكز وهيئات قياس الرأي العام ونوع ومجالات عملها، علاوة على مدى التزامها بالقواعد والإجراءات المنهجية لقياس الرأي العام.

ومن المهم في البداية التمييز بين نشاط تلك المراكز والهيئات وبين الاستفتاءات والانتخابات التي تجري في مصر ودول الجنوب عامة، حيث يرى بعض الباحثين أن الاستفتاءات والانتخابات هي في جوهرها تعبير كلي عن الرأي العام إزاء قضايا حيوية [٢٢].

لكن مثل هذا الرأي يحتاج إلى مراجعة لأن فرضياته غير صحيحة، إذ تختلف الاستفتاءات والانتخابات عن عمليات تكوين وقياس الرأي العام، فهي عملية محددة في إطار حكومي، تتم بضوابط معينة، وفي توقيتات خاصة، مع ارتباطها بموضوع أو قضية مطروحة من قبل القيادة السياسية تريد أن تعرف مدى قبولها جماهيريا [٢٣].ومن المحتمل الأ تشغل هذه القضية اهتمام الناس، كما أن

الاستفتاءات والانتخابات قد تجري قبل تبلور الرأي العام نحو القضية المطروحة.

وكان جالوب قد أشار إلى أن نتائج الانتخابات قد لا تعكس آراء الناخبين إزاء قضايا عديدة مهمة مطروحة للنقاش، كما أن استطلاع الرأي قد يمثل آراء كل المواطنين، بما في ذلك الذين لم يشاركوا في عملية التصويت (٢٤).

وإذا كان تحليل جالوب يرتبط بالمجتمعات الغربية التي تتسم الانتخابات فيها بقدر كبير من الحرية وعدم التدخل في آراء الناخبين، فما بالنا بالانتخابات والاستفتاءات التي تجري في دول الجنوب والتي عادة ما ترتبط بتدخل السلطة بأشكال مباشرة في مسار الحملة الانتخابية وعملية التصويت، علاوة على التلاعب في النتائج النهائية.

وتقدم معظم الاستفتاءات وكثير من الانتخابات التي جرت في تاريخ مصر المعاصر نماذج صارخة على هذا التدخل والتلاعب، فضلا عن ضعف المشاركة في الانتخابات، إذ تدور حول ٥٠٪ في المتوسط من إجمالي عدد المقيدين، لكن هذه النسبة ترتفع على نحو غير مبرر في الاستفتاءات علي ترشيح رئيس الجمهورية وتعديل بعض القوانين، وانتخابات المحليات، من هنا تثار كثير من الشكوك حول سلامة الأرقام والنسب المعلن عنها للمشاركة في الاستفتاءات والانتخابات العامة.

وعلى سبيل المثال كانت نتائج أغلب الاستفتاءات في المرحلتين الناصرية والساداتيه تدور حول ٩٩٪، وفي عام ١٩٨٦ أجريت انتخابات مجلس الشوري بنظام القائمة المطلقة، ورغم أن أحزاب المعارضة لم تشارك فيها، إلا أن البيانات الرسمية أكدت أن نسبة المشاركة بلغت ٨ر٨١٪ من عدد المقيدين في الجداول الانتخابية، بينما لم تتجاوز نسبة المشاركة في انتخابات مجلس الشعب عام ١٩٨٤ والتي شاركت فيها احزاب المعارضة ٤٣٪ من عدد المقيدين (٢٥).

وفي الاستفتاء على حل مجلس الشعب عام ١٩٨٧ بلغت نسبة المشـــاركة ٥ر٧٦٪ من إجمالي عدد المقيدين، بينما بلغت نسبة المشاركة في انتخابات مجلس الشعب عام ١٩٨٧، ٤ر٥٠٪، وهذه النسبة تزيد قليلا عن نصــف المقيديــن فــي جداول الانتخاب، لكنها لا تمثل سوى ثلث الشعب المصري (٢٦). خلاصة القــول أن نتائج الانتخابات أو الاستفتاءات - بغض النظر عن صحة البيانات الرسمية عن أعداد المشاركين - لا تعكس في كل الحالات آراء أغلبية المواطنين.

أولاً : مراكز وهيئات قياس الرأى العام

وفي ضوء المدخل الذي تتبناه الدراسة يمكن رصد المراكز والهيئات التالية التي سعت إلى قياس الرأى:-

١- **إدارة الرأي العام بمصلحة الاستعلامات.** تأسست هذه الإدارة عام ١٩٥٥، أي بعد سنة واحدة من نشأة مصلحة الاستعلامات، الأمر الــذي يوضــح حاجــة المسئولين في الدولة آنذاك للتعرف على توجهات الرأي لعام إزاء ما أقدمـــوا عليه من تغييرات سياسية واجتماعية شاملة.

وقد استخدمت إدارة الرأي العام بمصلحة الاستعلامات المقابلة والملاحظة والاستفتاءات لرصد الرأي العام (٢٧)، إلا أن هذه الوسائل لم تستخدم فـــي الغـــالب وفق المنهج العلمي أو أسس وإجراءات القياس العملي للرأي العام، بل اســـتخدمت بطرق غرضية، ودون الاعتماد على عينات ممثلة للمجتمع.

كما غلب الطابع الإداري البيروقراطي على أداء أخصائيي الـــرأي العـــام الموزعين على أكثر من ٤٠ مركزا إعلاميا في جميع أرجـــاء الجمهوريـــة، مـــع أخصائيين آخرين في الإعلام والاتصال، وكانت مهمتهـــم هـــي موافـــاة إدارتهـــم المركزية بتقارير عن اتجاهات الرأي العام يتبعون فيها عادة أســـلوب الملاحظـــة

(٢٨)، ونظرا لتبعية مصلحة ثم هيئة الاستعلامات للدولة فإن تقارير الـــرأي التـــي تتوصل إليها لا تنشر، وترفع لكبار المسئولين في الدولة (٢٩).

٢- **وحدة بحوث الرأي العام والإعلام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية.** تركز عملها علي ثلاثة مجالات هي: القائمون بالاتصال، الوسيلة الإعلامية، تـــأثير الوسيلة الإعلامية، علاوة على بحوث الرأي العام.

ولعل أقرب بحوث الوحدة لمجال الرأي العام هي بحوث الجمهور، حيـــث قامت الوحدة بتكليف من المسئولين عن التليفزيون ببحث يهدف إلى التعرف علـــى أراء ورغبات مشاهدي التليفزيون العربي في برامجه المختلفة، وقد أجري البحـــث على عينة من مجموع حائزي التليفزيون في مدينة القاهرة، وكان عددهم حوالـــي ٥٩ ألف حائز، إلا أن عينة البحث سحبت بواقع ٢٠٪ من ٣٥ ألف حائز فقـــط هـــم الذين أمكن الحصول على بيانات واضحة بأسمائهم وعناوينهم، وبلغ حجم العينـــة ٢٨٣٠.

واشار فريق البحث إلى أن هذه الدراسة هى أول دراسة علمية تجري فـــي مصر لآراء عينة ممثلة لجمهور مشاهدي التليفزيون بمدينة القـــاهرة (٣٠). وكـــان التليفزيون قد قام عند تأسيسه عام ١٩٦٠ بإجراء عدة استفتاءات بالبريد قـــام بهـــا بعض المسئولين حسب ما توافر لديهم من إمكانيات (٣١).

كذلك قامت وحدة بحوث الرأي العام والإعلام بإجراء بحث عـــن تقويـــم وسائل الإعلام في الريف عام ١٩٦٧، وبحث ثالث عام ١٩٦٨ عن آراء الجمهور في الأفلام السينمائية، واشتركت في تمويله مؤسسة السينما، ورغم ما تميزت بـــه هذه البحوث وغيرها من دقة منهجية، إلا أنها كانت أقرب لبحـــوث الجمهـــور أو بالتحديد آراء الجمهور منها إلى استطلاعات الرأي، ومع ذلـــك فقـــد كـــان لهـــذه

البحوث، ولعمل وحدة بحوث الرأي العام والإعلام، فضل التمهيد لقيام جهاز قياس الرأي العام الذي نشأ عام ١٩٧٦، وذلك من خلال توفير الخبرات والكفاءات البشرية القادرة على إجراء الاستطلاعات، علاوة علي تصميم أول عينة دائمة لبحوث الرأي العام والإعلام، ففي نوفمبر ١٩٦٩ بدأت الوحدة هذا العمل انطلاقا من "الدور المهم الذي يلعبه الرأي العام والإعلام في حركة التغيير الاجتماعي في مجتمعاتنا، ورغبة في فهم ديناميات التغيير وتوجيهه، فإن الأمر يتطلب إجراء دراسات عديدة علي الرأي العام، ولما كان الأمر يتطلب إنجاز بعض هذه الدراسات بسرعة، فقد ظهرت الحاجة إلى تصميم عينة ممثلة للرأي العام في مجتمعنا يمكن تعديلها بصورة دورية" (٣٢).

وفي عام ١٩٧٤ انتهت وحدة بحوث الرأي العام والإعلام من إعداد هذه العينة، وبلغ حجمها خمسة الآف مفرده شملت كل الفئات الاجتماعية والمناطق الجغرافية في مصر، واعتمدت العينة على التعداد العام للسكان سنة ١٩٦٦، وقد أوضحت ناهد صالح التي أشرفت على إعادة تصميم العينة الدائمة عام ١٩٧٦ إيجابيات وسلبيات قياس الرأي العام اعتمادا على عينة دائمة، فأشارت إلى دعم الثقة بين الباحث والمبحوثين، والتقليل من التكلفة وسرعة إنجاز قياس الرأي العام وتدريب المبحوثين على التعبير عن آرائهم، فضلاً عن إمكانية دراسة التغيير في الآراء وجمع معلومات أوفر عن خصائص المبحوثين، والاستعاضة عن المجموعة الضابطة في بحوث الرأي العام.

أما السلبيات فتتلخص في وجود فاقد دائم في العينة على الأقل بسبب الوفاة، وأن تتوافر لأفراد العينة مع الوقت نظرة نقدية، من هنا أقترح البعض تجديد العينة بعد كل إحصاء عام، وأن يستفاد من الإطار العام للعينة البالغ ١٤٦١٨ مفردة بتجديد ٥٪ في كل استطلاع (٣٣).

٣- جهاز البحوث في اتحاد الإذاعة والتليفزيون. تغيرت مسميات هـــذا الجهـــاز والإدارات التي يتبعها، وتقوم حاليا الإدارة العامة لمتابعة وبحوث المستمعين، والإدارة العامة لمتابعة وبحوث المشاهدين بتخطيط وتنفيذ البحوث التي تجرى باسم اتحاد الإذاعـــة والتليفزيـــون وبهـــدف تطويـــر أدائـــه، إلا أن القيـــود البيروقراطية والسياسية واحتياجات وأولويات اتحاد الإذاعة والتليفزيون تؤثر على اختيارات وطريقة عمل الإدارتين.

وعلي سبيل المثال قامت الإدراتان عام ٩١/ ١٩٩٢ ببحثيـــن مشـــتركين، الأول عن اتجاهات الأطفال نحو برامجهم المقدمة في التليفزيون والراديـــو علـــى عينة تضم أطفالا من ٨ – ١٥ سنة وعينة من الآباء والأمهـــات، والثـــاني بحـــث استطلاع الرأي حول البرامج الدينية المقدمة من الإذاعة والتليفزيون، وأجري على عينة عشوائية قوامها ١٤٠٠ مفردة في ١٠ محافظات [٣٤].

وكانت سلسلة أبحاث باروميتر الاستماع والمشاهدة قد بدأت عـــام ١٩٦١ ببحث بعنوان "استقصاءات حول الاستماع لبرامج إذاعية بين الحاضرين لحفـــلات السامرة وأضواء المدينة" وأجري البحث الثاني في مدينة ســـوهاج عـــام ١٩٦٦. وتوالت هذه البحوث أعوام ١٩٧٥، ١٩٧٧، ١٩٨٦، حيث أجري في عـــام ١٩٨٦ بحث بعنوان "اتجاهات الرأي العام حول برامج الإذاعة والتليفزيون"، علاوة علـــى سلسلة بحوث قامت بها الإذاعات المحلية وسلسلة أخرى من البحوث النوعية التـــي اهتمت بتحليل مضمون بعض المواد الدرامية، وتطوير المواد الإخبارية والثقافيـــة [٣٥].

ويسعي باروميتر الاستماع والمشاهدة إلى معرفة آراء عينة متغـــيرة مـــن الجمهور في برامج معينة تذاع في الراديو أو التليفزيون للوقوف على مدي قبولها

أو جدواها، بهدف التطوير أو التحسين، إلا أنه جهد محدود بمحدودية هدفه وما يسعى إليه [٣٦]. وينقصه الاستمرار والمتابعة في القياس لأسباب مالية وتنظيمية [٣٧] كما أنه يشكو من ضآلة الاستفادة التطبيقية من النتائج التي يصل إليها نتيجة لضغط العمل اليومي على الأجهزة التي يخدمها [٣٨].

في هذا الإطار استمر عمل باروميتر الاستماع والمشاهدة فقام عام ١٩٩٢/٩١ بقياس حجم الاستماع إلى برامج الإذاعة ومشاهدة التليفزيون على عينة حصصية طبقية قوامها ٨٤٠٠ مفردة، وذلك على مدى سبعة أيام متصلة بمعدل ١٢٠٠ مفردة لليوم، وكانت أهداف هذا القياس هي معرفة عدد ونسبة المستمعين والمشاهدين، وكثافة الاستماع، والمتوسط اليومي، علاوة على التوصل إلى تقديرات عامة لرضا المستمعين والمشاهدين (٣٩).

٤- **جهاز قياس الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والقومية.** صدر قرار تشكيله في نوفمبر ١٩٧٦ على أن يكون تابعا للمركز القومي للبحوث الاجتماعية، وحدد القرار لجان وهيئات الجهاز ومن بينها هيئة مستشارين تتبع رئيس مجلس الإدارة، ومستشارون للجهاز يتبعون المشرف على الجهاز، وهيئة فنية لاختيار الموضوعات التي سيجرى استطلاع الرأي بشأنها، وهيئة فنية ثانية لاختيار العينات وإجراء التعديلات اللازمة عليها وإعداد برامج الحاسب الآلي، إضافة إلى باحثين ميدانيين، وسكرتارية اتصالات، وسكرتارية إدارية [٤٠].

ومن الواضح أن المناخ السياسي والاجتماعي في مصر وزيادة أعداد الخبراء بالمركز وتنامي خبراتهم في مجال بحوث الرأي العام، كل ذلك كان من بين أهم أسباب تأسيس وعمل الجهاز، إذ شهد عام ١٩٧٦ بداية التحول من التنظيم

السياسي الواحد إلى التعددية الحزبية، وقد جاء هذا التحول بعد الأخذ بسياسة الانفتاح الاقتصادي وتحسن علاقات مصر الخارجية بالولايات المتحدة والدول الغربية (٤١).

من هنا يلاحظ اختلاف السياق التاريخي والإطار المفاهيمي لجهاز قياس الرأي العام عما كان سائدا في وحدة بحوث الرأي العام والإعلام، فبينما ركزت هذه الوحدة على دور الإعلام والرأي العام في التغيير الاجتماعي، ركز جهاز قياس الرأي العام على إمكانية المساهمة في التحول الديمقراطي.

وقد ذكر أحمد خليفة رئيس المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، والمشرف على الجهاز، أن مصر مرت بمرحلة معارضة السلطات لقياس الرأي العام " ولكن وجدنا اتجاها أفضل من جانب السلطات في السنوات الأخيرة فلم تمانع في ذلك بل أذنت للمختصين بالنزول إلى الميدان واستقراء الرأي العام ونشر نتائج بحوثهم في هذا الصدد" وأضاف في عبارة موحية" وإذا كانت السلطات قد تخلت عن فكرة معارضة قياس الرأي العام فإنها لا تتخلي عن مراقبته، فضلا عن أن الرأي العام يراقب نفسه بنفسه (٤٢).

أما نائب المشرف العام على جهاز قياس الرأي العام ناهد رمزي فقد لخصت هدف ووظيفة الجهاز في أنه "كان من الضروري أن ينشأ في مصر معهد علمي متخصص لقياس اتجاهات الرأي العام ليمد مؤسسات الدولة الدستورية بالمؤشرات والمعالم الخاصة بحركة هذه الاتجاهات في العديد من القضايا والمواقف" (٤٣).

وتبني الجهاز مفهوما للرأي العام "بأنه ما نقيسه نحن وتعكسه مقاييسنا، وهو معنى متوارث من التراث" (٤٤) وأشارت نائب المشرف العام على الجهاز أن

الموضوعات التي وقع عليها الاختيار، وتصلح كاستطلاع للرأي العام هي التي تشغل الرأي العام وتستحوذ على اهتمامه، وتثير مناقشات حولها، ويكون المسئولون بسبيل اتخاذ قرار بشأنها (٤٥).

ويثير المفهوم الذي تبناه الجهاز في أعماله الأولي كثيرا من التحفظات والإشكاليات، فمن غير الثابت أن الرأي العام هو ما تقيسه معاهد قياس الرأي العام مهما بلغت خبرتها ودقتها، وإذا ما أخذنا في الاعتبار حداثة جهاز قياس الرأي العام وصعوبات قياس الرأي العام في مصر، فإن الشكوك تزداد في مصداقية وسلامة مفهوم أو مقولة أن الرأي العام هو ما يتم قياسه.

من جهة أخرى فان الموضوعات التي تشغل الرأي العام وتثير مناقشات حولها لا ترتبط بالضرورة باهتمام المسئولين أو بسعيهم لاتخاذ قرار بشأنها، وبعبارة أخرى قد تستحوذ بعض الموضوعات على اهتمام المواطنين دون المسئولين وقد يحدث العكس.

خلاصة القول أن الإطار السياسي في السبعينات الذي سمح بهامش محدود من التعددية قد ساعد على ظهور جهاز قياس الرأي العام، إلا أن هذا الجهاز ارتبط إلى حد كبير بالسياسة العامة للدولة بحكم كونه من مؤسسات الدولة، فالمركز بنص القانون هو هيئة عامة ذات شخصية اعتبارية تمارس نشاطا علميا (٤٦) من هنا اجتهد جهاز قياس الرأي العام في القيام بأدوار وظيفية تخدم النظام السياسي القائم، وخاصة المسئولين في السلطة التنفيذية بالدرجة الأولي، والسلطة التشريعية بالدرجة الثانية. وربما تتضح أبعاد هذه الأدوار الوظيفية في المبحث القادم عند عرض الاستطلاعات التي قام بها الجهاز خلال الفترة ١٩٧٧ – ١٩٩٠ وتحليل عينة منها.

٥– شركات التسويق الخاصة وبحوث الجمهور. ارتبط ظهور هذه الشركات

بالتحولات الاقتصادية والاجتماعية التي شهدتها مصر في السبعينيات والثمنيات باتجاه الانفتاح الاقتصادي والتدرج في سياسات الإصلاح الاقتصادي نحو الاقتصاد الحر، مع إتاحة هامش من التعددية والديمقطراطية المقيدة، وقد أدت هذه التحولات إلى زيادة دور ونصيب القطاع الخاص والأجنبي في الاقتصاد القومي، وظهور حاجات تسويقية واعلانية جديدة قامت عدد من الشركات الخاصة بتلبيتها عن طريق إجراء بحوث ومسوح للجمهور تمولها شركات وهيئات محلية وأجنبية.

وتعمل هذه الشركات كمشروعات اقتصادية تسعى للربح وتعمل علي خدمة أهداف الممول وما يمكن أن يقدمه من تمويل، الأمر الذي يؤثر علي طريقة عملها ومدى التزامها بالمنهج العلمي والأدوات التي تستخدمها في جمع وتحليل البيانات، إذ تعتمد غالبا على عينات صغيرة غير ممثلة لسكان مدينتي القاهرة والإسكندرية، حيث يوجد معظم أصحاب القدرة الشرائية.

ولعل أبرز السمات التي تجمع هذه الشركات هي تركيزها علي بحوث السوق، وسيادة الصفة الشخصية على ملكيتها وإدارتها إذ عادة ما يكون المالك هو المدير، فضلاً عن ضعف إمكانياتها حتى أن كثيرا من تلك الشركات اضطرت إلى تصفية نشاطها والانسحاب من هذا المجال لأسباب شخصية أو اقتصادية.

ولا توجد رابطة أو جمعية لتنظيم عمل هذه الشركات كما لا توجد قواعد أو مواثيق لتنظيم المهنه، وتحديد حقوق وواجبات العاملين في هذا المجال، أو الموقف من التمويل الأجنبي وضوابط ومعايير قبول هذا التمويل ومجالاته (٤٧).

ثانياً : رؤية عامة لمستقبل قياس الرأى العام فى مصر

رغم كثرة وتعدد المراكز والجهات التي تعمل في مجال قياس الرأي العام أو تدعي ذلك، وبغض النظر عن مستوى وأهداف ما تقوم به من قياسات، فإن

استطلاعات الرأي العام في مصر لم تتجاوز مرحلة البداية والتأسيس.

وكان يحيي أبو بكر قد أشار عام ١٩٨١ إلى إن استطلاعات الرأي العام تمر بمرحلة التجريب. (٤٨) وتبدو هذه الملاحظة صحيحة حتى الآن، فالتجريب عادة ما يرتبط بمرحلة البداية، علاوة على عدم الانتشار واختيار موضوعات بعيدة عن القضايا السياسية التي تمس مصالح السلطة، الأمر الذي يفضي إلى ما يمكن وصفه بضعف اهتمام الرأي العام باستطلاعات الرأي والتشكيك في مصداقيتها، على أن مثل هذا الوصف يظل في التحليل الأخير مجرد فرضية تعتمد على مشاهدات وخبرات للباحث، يتطلب اختبارها القيام بدراسات ميدانية.

وثمة فرضية ثانية يطرحها الباحث في ضوء مشاهداته وخبراته أيضا، وهي توافر الكفاءات والخبرات البشرية القادرة على إجراء استطلاعات للرأي العام وفق المنهج العلمي والإجراءات والخطوات المتعارف عليها في معاهد قياس الرأي العام الغربية، لكن تبقي إشكالية: هل ستقيس استطلاعات الرأي العام في مصر عمليات تشكيل وتزييف الرأي العام، وما سبق لوسائل الإعلام – التي تسيطر على معظمها الدولة – إن بثته أم ستقيس الرأي العام الواعي؟. وهل ستسمح قواعد وتوازنات التجربة الديمقراطية باجراء استطلاعات مستقلة وملتزمة بالإجراءات والأساليب العلمية، وبدون تدخل أو توجيه من الحكومة ؟ وما هي الجهات التي ستقوم بالتمويل؟ وإلى أى مدى ستتدخل في حيدة وموضوعية الاستطلاعات؟ ثم هل ستراعي وسائل الإعلام نشر نتائج الاستطلاع بصورة متوازنة تلتزم بالقواعد المهنية الخاصة بنشر الاستطلاعات؟

إن حل تلك الإشكاليات يرتبط بإنجاز تحولات سياسية واقتصادية واجتماعية عميقة في المجتمع المصري، تدفع نحو مزيد من الديمقراطية والتنمية

واحترام حقوق الإنسان ، فضلا عن تغيير كامل لأسس وآليات عمل النظام الإعلامي، بحيث تتقلص سيطرة الدولة، ويتغير نمط الملكية، ويسمح بحرية تداول المعلومات ومناقشة القضايا على نطاق أوسع في مختلف وسائل الإعلام.

ومن غير المتصور تحقيق تلك الإنجازات في ضوء ظروف مصر المجتمعية في المدى المنظور (من ٥ – ١٠ سنوات) لكن قد تتحقق في المدى البعيد مما يرجح استمرار أوضاع قياس الرأي العام الحالية في المدى المنظور.

لكن ربما يحدث تطور في بحوث التسويق والإعلان ومسوح الجمهور تفرضه التحولات الاقتصادية باتجاه الاقتصاد الحر والخصخصة، ومن المرجح حدوث تحول كبير في اتجاه انتشار استطلاعات الرأي العام السياسية والتجارية في المدى البعيد.

ومهما يكن من أمر واقع ومستقبل إشكاليات قياس الرأي العام في مصر والمراكز والهيئات التي تضطلع بهذه المهمة، فإنها تقدم نموذجا لحالة قياس الرأي في مجتمع من مجتمعات عالم الجنوب، والتحديات العملية والمنهجية التي تحول دون انتشار واستقلال أجهزة قياس الرأي العام، والإقرار بأهمية استطلاعات الرأي العام ودورها في المجتمع.

وبغض النظر عن مستقبل استطلاعات الرأي العام في مصر ودول الجنوب، فإن القضية الأهم هي مدى حرية تكوين الرأي العام، وضرورة التركيز على عنصر الوعي في تعريف وقياس الرأي العام، والتشديد على أن غياب المناخ الملائم ، أو التدخل بدرجات مختلفة في تشكيل الرأي العام لا ينفي إمكانيات ظهور رأي عام حقيقي وحر في بعض الحالات، وقد تعكسه استطلاعات الرأي العام بحسب مدى أمانة وموضوعية الجهة التي تقوم بالاستطلاع.



المبحث الثالث

تحليل لنماذج من استطلاعات الرأي العام التي قام بها المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ١٩٧٦ - ١٩٩٠

من العرض السابق لمراكز وهيئات قياس الرأي العام في مصر تتضح أهمية جهاز قياس الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية، مقارنة بالهيئات والمراكز العامة أو الخاصة التي تعمل في هذا المجال.

وترجع هذه الأهمية إلى الخبرة الطويلة والكفاءات البشرية التي وفرها المركز القومي للبحوث الاجتماعية لجهاز قياس الرأي العام، واستقلاله النسبي، وانتظام وتواصل أعماله، والتزامه إلى حد كبير بالقواعد والإجراءات المنهجية المعمول بها في مجال قياسات الرأي العام، فضلا عن كونه هيئة عامة لا تسعى إلى الربح.

ونظرا لأهمية ومكانة جهاز قياس الرأي العام فقد وقع اختيار الباحث على الاستطلاعات التي قام بها الجهاز كنماذج لقياس الرأي العام في مصر، وبالتالي فإن تحليل استطلاعات جهاز قياس الرأي العام تمكن إلى حد كبير من معرفة المستوى الذي بلغته قياسات الرأي العام في مصر خلال السبعينيات والثمانينيات، حيث وقع الاختيار على الاستطلاعات التي قام بها الجهاز منذ تأسيسه حتى عام ١٩٩٠.

ويسعى هذا المبحث إلى تحليل عينة من استطلاعات جهاز الرأي العام في ضوء القواعد والإجراءات المنهجية المعمول بها في قياسات الرأي العام في المجتمعات الليبرالية، مع مراعاة أوضاع وظروف المجتمع المصري كإطار

موضوعي يفرض قواعد وقيودا معينة على بيئة الرأي من جهة، وعمل جهاز قياس الرأي العام من جهة ثانية.

أولا: اختيار عينة من استطلاعات الجهاز:

قام جهاز قياس الرأي العام منذ تأسيسه عام ١٩٧٦ و حتى نهاية ١٩٩٠ بـ ١١ استطلاعا [٤٩] هي:-

١- استطلاع عودة المرأة إلى البيت بنصف أجر في إبريل ١٩٧٧.

٢- اتجاهات الرأي العام نحو زيارة السادات للقدس في نوفمبر ١٩٧٧.

٣- استطلاع للرأي العام حول ظاهرة الدروس الخصوصية في يوليو ١٩٧٨.

٤- استطلاع للرأي العام حول نظام الحكم المحلي في مارس ١٩٧٩.

٥- اتجاهات الرأي العام حول مكانة المرأة من خلال الأمثلة الشعبية عام ١٩٨٠.

٦- استطلاع للرأي العام حول قضية وصول الدعم إلى مستحقيه.

٧- المشكلات والاحتياجات الاجتماعية والنفسية لأبناء سيناء عام ١٩٨٥.

٨- استطلاع رأي المواطن المصري في الصناعة المصرية عام ١٩٨٥.

٩- استطلاع رأي النخبة حول استخدام الطاقة النووية في مصر: دراسة استطلاعية عام ١٩٨٦.

١٠- استطلاع الرأي حول مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر ١٩٨٧.

١١- استطلاع رأي النخبة المتخصصة حول قضية الإسكان في مصر عام ١٩٨٨ [٥٠].

وتذكر ناهد رمزي، نائب رئيس جهاز قياس الرأي العام سابقا، أن وسائل الإعلام، وخاصة الصحافة كانت مصدرا أساسيا لاختيار موضوعات الاستطلاعات

والتعرف على جوانبها المختلفة التي تشغل الرأي العام، علاوة على صياغة الأسئلة، وتشير إلى أن الباحثين في الجهاز كانوا يتابعون ما يذاع في الراديو ويقدم في التليفزيون حول الموضوع الذي وقع عليه الاختيار، إلا أن الأولوية كانت دائما لما ينشر في الصحف والمجلات لأنها كانت تقدم وجهات نظر مختلفة وآراء متباينة، كما كان بالإمكان الرجوع إليها في أي وقت للاطلاع على خلفيات الموضوع وتحليله.

وتخلص ناهد رمزي إلى أن الصحافة كانت تساعد العاملين في الجهاز علي اختيار موضوع الاستطلاع وصياغة الأسئلة، لكنها لم تساعد في تفسير نتائج الاستطلاع، وتؤكد أن اختيار موضوع الاستطلاع كان يتم دون تدخل أي فرد أو جهة خارج المركز، وكانت الاستطلاعات تجري بسرعة بعد موافقة لجنة المستشارين التي كانت الموضوعات والأسئلة الخاصة بكل استطلاع تعرض عليها (٥١).

لكن الملاحظ أن معظم استطلاعات الجهاز تناولت موضوعات لم تشغل الجمهور، أو تثير جدلا ونقاشا عاما، بل شغلت فئات أو شرائح معينة من الجمهور، وبالتالي فهي تقيس في الغالب آراء أو اتجاهات لعينات – بغض النظر عن مدى دقتها – من هذه الشرائح لا الرأي العام، كذلك فإن بعض هذه الاستطلاعات أقرب إلى الدراسات المسحية أو الوصفية.

من هنا وقع الاختيار علي عينة ممثلة لاستطلاعات جهاز الرأي العام في ضوء ثلاثة اعتبارات أساسية:-

الأول: أن تكون قد دارت حول موضوعات ذات اهتمام عام وأثارت جدلا ونقاشا.

الثاني: أن تمثل مراحل مختلفة من تطور عمل وخبرة جهاز قياس الرأي

العام خلال فترة الدراسة.

الثالث: أن تمثل موضوعات مختلفة ومتنوعة.

واستنادا إلي هذه الاعتبارات وقع الاختيار علـــى الاســتطلاعات الثلاثــة التالية:-

١- اتجاهات الرأي العام نحو زيارة السادات للقدس.

٢- استطلاع للرأي العام حول قضية وصول الدعم إلى مستحقيه.

٣- استطلاع الرأي حول مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر.

وتعكس هذه الاستطلاعات الثلاثة مراحل تطور عمل وخبرة جهاز قيـــاس الرأي العام، وخاصة في مرحلة البداية بكل صعوبتها وإيجابياتها وسلبياتها.

ويلاحظ الباحث الميل في بداية استطلاعات الجهاز إلى الحديث عن قيـــاس للرأي العام، وتراجع هذا التوجه وضبطه منهجيا منذ أواخر الثمانينيات، حيث بـــدا الحديث عن مجرد قياسات للرأي، والتركيز على رأي النخبـــة أو قطاعـــات مـــن الجمهور، لكن تظل لمرحلة البداية قدرتها على شق الطريق وطموحها المبالغ فيه، الذي ربما أوقعها بوعي أو بدون وعي في كثير من الأخطاء.

ثانيا: تحليل استطلاع اتجاهات الرأي العام

نحو زيادة السادات للقدس (٥٢):

١- **اختيار الموضوع:** في ١٩ نوفمبر ١٩٧٧ قام الرئيس الراحل أنور الســـــادات بزيارة إلى القدس اشتهرت إعلاميا بمبادرة السلام، وكانت بمثابة أول زيـــارة رسمية معلنة يقوم بها رئيس عربي إلى إسرائيل، وقد تمت في وقت كانت فيه مصر والدول العربية مجتمعة في حالة حرب مع إسرائيل، ونظرا لأهمية تلك الزيارة فقد استحوذت على اهتمام وسائل الإعلام المحلية والأجنبية باعتبارها أسلوبا جديدا وفريدا لحل الصراعات الإقليمية في ظل النظام الدولـــي ثنـــائي القطبية.

وركزت وسائل الإعلام المحلية، التي كانت تخضع لسيطرة الدولة بصورة مباشرة، على النتائج الإيجابية فقط لزيارة السادات للقدس، وربطت بين الزيارة وتحقيق السلام والرخاء، دون السماح بظهور أي آراء معارضة للزيارة، وتجدر الإشارة إلى أن الزيارة تمت في فترة كان النظام الحزبي في مصر يقوم على تعددية شكلية تعتمد على وجود ثلاثة أحزاب هي حزب مصر العربي(الحزب الحاكم) وحزب التجمع، وكانت صحيفته الأهالي قد توقفت عن الصدور بعد تعرضها للمصادرة عدة مرات في أعقاب مظاهرات يناير ١٩٧٧.

أما الحزب الثالث فهو "الأحرار الاشتراكيين" وكان يؤيد زيارة السادات للقدس، ويصدر صحيفة أسبوعية باسم الأحرار (٥٣).

ويمكن القول أن الزيارة قد أثارت اهتمام الرأي العام المصري، وأحدثت جدلا ونقاشا واسعين، لم تعكسه وسائل الإعلام إذ اكتفت بإبراز مواقف وحجج المؤيدين، والتضخيم في النتائج الإيجابية للزيارة وعرضها بصورة دعائية تذهب إلى تبرير وتدعيم تلك الزيارة وكسب التأييد لها.

هكذا يمكن افتراض أن وسائل الإعلام أثرت في تكوين آراء الجمهور إزاء زيارة السادات للقدس، ودفعته باتجاه القبول والتأييد، غير أنها لم تحل دون ظهور آراء معارضة بين المواطنين، غير أن أصحاب الآراء المعارضة لم تتح لهم فرص مواتية للتعبير عنها، وخاصة في ظل القيود المفروضة على العمل السياسي والممارسة الحزبية، وحق إصدار الصحف، وحرمان قوى سياسية أساسية من حق تشكيل أحزابها.

لقد أثر هذا المناخ المتحيز في عمليات تكوين الرأي العام تجاه زيارة السادات للقدس، وحال دون تبلوره، وأفضى إلى تزييف للرأي العام، وذلك رغم

وجود بعض الشروط اللازمة لظهور رأي عام. من هنا يمكن القول أن اختيار هذا الموضوع في هذا التوقيت يعكس قدرا من التحيز المقصود أو غير المقصود، لأنه لم تتوافر للجمهور المعلومات الصحيحة، أو فرص التعبير عن الآراء المعارضة من خلال وسائل الإعلام. كما لم يتوافر له الوقت لتأمل الحدث، والتعرف على أبعاده، وآثاره المتوقعة.

ويمكن القول أن الهيئة التي قامت بالبحث قد تأثرت بدورها بهذا المناخ، ولا سيما أن وسائل الإعلام، وخاصة الصحف كانت أهم مصادر اختيار الموضوعات التي كان جهاز قياس الرأي العام يختارها لإجراء استطلاعات حولها والتعرف على جوانبها المختلفة، وصياغة الأسئلة، وبنود الإجابة المتوقعة (٥٤).

إن استطلاع اتجاهات الرأي العام نحو زيارة السادات للقدس كان يقيس في التحليل الأخير مدى قدرة السلطة السياسية ووسائل الإعلام على تزييف الرأي العام في مصر تجاه حدث بالغ الأهمية، أقدمت عليه القيادة السياسية وكان من مصلحتها الحصول على التأييد والدعم الشعبي، في هذا السياق فإن اختيار موضوع الاستطلاع يتمشى مع هذا التوجه، ولعل ما يؤكد ذلك طبيعة تساؤلات وأهداف الاستطلاع التي يعرض لها الباحث بالتفصيل فيما بعد.

وثمة زاوية أخري مهمة في قضية اختيار موضوع زيارة السادات للقدس ترتبط بكون الزيارة قد تمت بالفعل، وانتهت، أي أن استطلاع الرأي هنا يدور حول قرار وفعل سياسي قد حدث بالفعل دون استشارة الرأي العام، أو حتى طرح موضوع الزيارة _على أهمية وخطورة نتائجه – للنقاش العام، وهو بذلك يعد استطلاعا لاستجابة لاحقة للرأي العام، وليس تعبيرا عن موقف مبكر يمكن الاستناد إليه عند اتخاذ قرار، أو التروي فيه أو العدول عنه (٥٥).

ومثل هذه الوضعية في ضوء الخصوصية الثقافية والسياسية للمجتمع

المصري، وملابسات زيارة السادات للقدس ونتائجها قد تؤثر في آراء عينة الجمهور وتوجهاتهم، فربما يشعر بعض أو كل أفراد عينة الجمهور أن آراءهم غير مهمة، أو أن قيمتها محدودة، الأمر الذي ربما يفسر - ضمن عوامل أخري - ضعف نسبة المشاركين في الاستطلاع حيث بلغت ١٥ر٦٣٪ من أفراد العينة [٥٦].

٢- **عينة الاستطلاع**: بلغ حجم عينة هذا الاستطلاع ٤٥٧ حالة من محافظتي القاهرة والجيزة [٥٧]، وقد سحبت من العينة القومية التي كانت وحدة بحوث الرأي العام والإعلام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية قد سحبتها عن طريق الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء باحتمالية صدق تصل إلى ٨٦٪، استنادا إلى تعداد أجري في ذلك الوقت وهو التعداد بالعينة لعام ١٩٦٦، وقد تم تصحيح هذه العينة مرتين فقط آخرهما التصحيح الذي تم في نهاية عام ١٩٧٦. [٥٨] بينما كان من الأفضل إجراء تعديل مستمر للعينة من خلال تغيير نسبة ٥٪ سنويا، ٥٪ بعد كل استطلاع [٥٩].

ويبدو أن عدم مراجعة وتجديد العينة قد أفضي إلى بعض المشكلات من بينها أن ١٥ر٦٣٪ فقط من أفراد العينة شاركوا في الاستطلاع، كما أن نسبة الذين تتراوح أعمارهم بين ٤٠ سنة حتى ٦٠ فأكثر بلغت ٦ر٩٠٪، الأمر الذي أدي إلى عدم دقة العينة وتحيزها لكبار السن ولا يشفع في ذلك القول بأن الاستطلاع قد شمل رب الأسرة فلا شك أن نسبة أرباب الأسر أقل من أربعين سنة تزيد في المجتمع عن ١٠٪.

والمرجح أن اختيار الفرد الأول من الأسرة، وهو غالبا ما يكون رب الأسرة قد تسبب في تحيز العينة، وعدم دقة نتائج الاستطلاع لأن اختيار رب الأسرة في استطلاع ذي طبيعة سياسية هو قرار متحيز، لأنه يستبعد ضمنا فئات ذات ثقل كبير في المجتمع مثل الشباب، والإناث، حيث بلغت نسبة من هم أقل من

٣٠ سنة في العينة ٧٧ر٨٪ فقط، ومثلت الإناث بـــ ٩٨ر٨٪ فقط [٦٠]. وبالتالي فإن عينة الاستطلاع لا تمثل الجمهور العام سواء في مصر أم في محافظتي القـــاهرة والجيزة.

وتتضح أبعاد هذا التحيز بصورة جلية في تـــبرير الهيئـــة التـــي قـــامت بالاستطلاع اختيارها للفرد الأول من الأسرة بأنهـــا كـــانت تهتـــم بـــأثر العـــامل الاقتصادي في علاقته ببعض المتغيرات، لكن التحليل الإحصائي وعرض النتائج لم يتعرضا لعلاقة العامل الاقتصادي بمواقف وآراء أفراد العينة، بينما اهتـــم علـــى العكس بتوضيح الارتباط بين كل من المستوى التعليمي، والمهنـــة، مـــع بعـــض الاستجابات.

وكان من الممكن أن يهتم كاتبو التقرير بتوضيح الارتباط بيـــن مســـتوى الدخل وبعض الاستجابات، لكن عدم التطرق إلى تحليل علاقة العامل الاقتصـــادي ببعض المتغيرات والاستجابات، يكشف عن تحيز الهيئة التي قامت بالاستطلاع في اختيار الفرد الأول من الأسرة، ويرجح مسايرتها ودعمها بقصد أو بـــدون قصـــد للخطاب الرسمي والإعلامي السائد آنذاك والذي كان يركز على العامل الاقتصادي انطلاقا من أن المبادرة تعني تحقيق السلام الذي يؤدي إلى الرخـــاء الاقتصـــادي، ومثل هذا الربط استخدم على نطاق واسع لكسب التأييد الشعبي لزيارة القدس، ومن الواضح أن الهيئة التي قامت بالاستطلاع قد تأثرت به واستخدمته، وبالتالي يمكـــن القول بأن الاستطلاع من هذه الزاوية صار جزءا من الحملة الرسمية والإعلامية.

٣- **استمارة جمع البيانات:** اعتمد الاستطلاع على استمارة مقابلة (أنظر ملاحـــق الكتاب) قام بتطبيقها فريق من الباحثين الميدانيين، وعكس تصميم الاســـتمارة أهداف الاستطلاع والعناصر التي يعالجها فجاءت الاستمارة في ٨ أســـئلة [٦١] تغطي:-

١- الموقف من زيارة الرئيس للقدس (موافقة أو معارضة).

٢- أسباب الموافقة على الزيارة.

٣- تصور المواطن المصري لمدى جدية إسرائيل في تحقيق السلام.

٤- العوامل التي دفعت بعض الدول العربية لرفض مبادرة السلام.

٥- أثر المبادرة في تغيير الرأي العام العالمي لصالح الجانب العربي.

٦- توقع المواطن المصري لما سيترتب علي الزيارة من آثار تسهم في تحقيق السلام.

٧- إمكانية تعايش العرب واليهود معا في القدس.

٨- الرأي حول إمكانية نجاح مؤتمر القاهرة التحضيري.

وتتميز صياغة الاستمارة بالوضوح والتحديد، وإتاحة الفرص لظهور من لا رأي لهم، مع قياس شدة اتجاه الرأي العام نحو موضوع السؤال، لكن هذا الوضوح والتبسيط لا يخلو من تحيز وتبسيط مخل، فكل سؤال يغطي جانبا أو عنصرا من عناصر الموضوع الذي يجري الاستطلاع حوله، رغم حاجة بعض العناصر لأكثر من سؤال نظرا لطبيعتها المركبة، والحاجة إلى التعرف على أبعادها المختلفة.

أكثر من ذلك يبدو أن الأسئلة لا تهدف إلى الوقوف على الآراء، بل مجرد معرفة المواقف وتحديد اتجاه الموقف، والإيحاء أحيانا بمواقف مؤيدة لزيارة القدس، ومسايرة للاتجاه الرسمي.

وبصفة عامة اتسم بناء الاستمارة بخلل منطقي حيث ركزت على نتائج وتوقعات الزيارة، ولم تتطرق إلى أسباب الزيارة، أو أسباب مشكلة الصراع العربي الصهيوني، ولا شك أن التركيز على النتائج والتوقعات والسكوت عن

أسباب المشكلة في ظل المناخ الإعلامي والسياسي المصاحب لزيارة السادات للقدس قد أثر في توجهات وآراء الجمهور نحو الموافقة ومسايرة الموقف الرسمي.

في هذا السياق تبرز عدة مظاهر لعدم الدقة المنهجية والتحيز المنهجي في بناء وصياغة استمارة الأسئلة أهمها:-

أ- إن أسئلة الاستمارة مغلقة ولا يوجد بها بنود أخرى تذكر.

ب- ركزت أسئلة الاستمارة على معرفة مواقف الموافقين جدا والموافقين على زيارة السادات للقدس، أي أن السؤال الأول كان بمثابة سؤال تصفية استبعد غير الموافقين، وهو أمر لا يتفق مع أهداف الاستطلاع والعناصر التي يعالجها، ومن بينها معرفة تصور المواطن المصري لمدي جدية إسرائيل في تحقيق السلام، وتوقع المواطن لآثار الزيارة، ولا شك أن مصطلح المواطن المصري يشمل الموافقين وغير الموافقين، لا الموافقين فقط كما ذهبت أسئلة الاستمارة.

جـ- ان صياغة الأسئلة انطوت على الإيحاء بالموافقة على زيارة القدس، ودعم الاتجاه الرسمي، فمنطوق السؤال الأول هو يا تري أنت موافق على زيارة السادات للقدس؟ ولم يشر إلى عدم الموافقة، وكان من الأفضل لضمان عدم التحيز أن تكون صيغة السؤال: ما رأيك في زيارة السادات للقدس، أو يا ترى أنت موافق على زيارة السادات للقدس أم غير موافق؟

كذلك اتجه السؤال الثالث والخامس والسادس والثامن إلى التركيز على الجوانب الإيجابية التي توحي بالموافقة.

د- سايرت الأسئلة الاتجاه الرسمي في استخدام بعض الكلمات والمفاهيم الموحية التي روجت للآثار الإيجابية المتوقعة للزيارة وتقلل من قيمة الأطراف العربية

التي عارضت الزيارة، فينص السؤال الرابع على: مثلا فيه بعض جهات عربية هاجمت زيارة السادات للقدس، تفتكر ليه؟ رغم أن معظم الأطراف العربية كانت قد عارضت الزيارة، كذلك فإن استخدام فعل هاجمت يوحي بصورة ورموز عدائية، وبالتالي ردود أفعال تختلف عن استخدام فعل عارضت.

هـ-إن بنود الإجابة على السؤالين الثاني والرابع لا تغطي كل الاحتمالات، كما أن بعض البنود التي وردت فيها تنطوي على تحيز واضح فقد ورد في بنود إجابة السؤال الثاني الاستغناء عن دعم الدول العربية، بينما لم يرد مثلا بند الاستغناء عن دعم الدول الغربية، أو بند تحقيق السلام، كما أن بنود إجابة السؤال الرابع لم تتضمن مثلا أي إشارة لاقتناع العرب بأن إسرائيل ترفض السلام، أو إعطاء الفلسطينين حقوقهم، في المقابل أشار أحد البنود إلى ميل العرب إلى الحل العسكري.

و- إن عدم توجيه سؤال على نمط السؤال الرابع أي سؤال المبحوث عن أسباب معارضة بعض المصريين للزيارة قد يوحي بأن جميع المصريين موافقون، وأن بعض العرب فقط هم الرافضون، أو أنه لا أهمية لمعرفة أسباب عدم موافقة بعض المصريين على زيارة السادات إلي القدس (٦٢).

ويرى الباحث أن استخدام تعبير بعض الجهات العربية، وفعل هاجمت لوصف الأطراف العربية التي عارضت الزيارة، ثم عدم توجيه سؤال مماثل عن المعارضين للزيارة، ربما أدى إلى تأجيج نزعة وطنية مصرية تفترض موافقة كل المصريين، مقابل بعض الجهات العربية التي تهاجم زيارة السادات للقدس، أي توظيف الشعور الوطني المصري في التحليل الأخير ضد كل من يعارض الزيارة.

ومهما يكن من أمر تصميم وصياغة الأسئلة، فإن عــدم إجــراء تجــارب الصدق والثبات على الاستمارة ربما أدى إلى الوقوع في الأخطاء السابقة، لكن قــد يكون عامل الزمن والرغبة في ملاحقة حدث زيارة الســادات للقــدس وتفاعلاتــه السياسية وراء عدم القيام بهذه الخطوات المنهجية.

٤- **تطبيق الاستمارة:** جمعت بيانات هذا الاستطلاع بعد ظهر الخميس ١٥/ ١٢/ ١٩٧٧ ويوم الجمعة ١٦/١٢/ ١٩٧٧، أي خلال ٣٦ ساعة فقط، وهي نقطــة إيجابية مهمة تؤكد قدرة جهاز قياس الرأي العام رغم حداثة نشأته على العمل الميداني في وقت قصير.

وقد بلغ عدد أفراد العينة الذين تم التطبيــق عليهــم ٤٧٩ حالــة، بنســبة ٦٣ر١٥٪ من حجم العينة، وهي نسبة ليست كبيرة مما أثر علي دقة نتائج البحث، إلا أن هناك أسبابا موضوعية تفسر ذلك هي عدم وجود بعض العنــاوين، لإزالــة المبني، او لعدم وجود بعض الأفراد في العناوين المسجلة نتيجة لانقضاء اكثر من ١٥ سنة علي جمع البيانات الأساسية للعينة، أو لعدم وجود المفحوص في منزلــه نتيجة لتغير محل الإقامة، أو السفر، أو الوفاة [٦٣].

واعتمد جهاز قياس الرأي العام علي عدد من البــاحثين الميدانييــن غــير المتفرغين، وقد تلقي هؤلاء تدريبات على يد الخبراء والباحثين الذين اشرفوا عليَ إجراء الاستطلاع [٦٤].

٥- **تحليل البيانات:** أنجزت جميع المعالجات الإحصائية علــي الحاســب الآلــي واعتمدت على استخراج جداول تكرارية بســيطة ونســب مئويــة وحســاب توزيعات تكرارية مركبة بين كل متغير والآخر وبين مؤشرات السن والدخــل وأنواع المهن، ويلاحظ سرعة الانتهاء من هذه العمليات خلال منتصف نهــار

يوم السبت ١٢/١٧/ ١٩٧٧، والاعتماد علي معاملات إحصائية بسيطة، ومناسبة لطبيعة البيانات.

٦- **عرض النتائج:** اتسم عرض النتائج بالدقة والشمول واستخدام لغة تقريرية رصينة، مع مراعاة توضيح كافة الاجراءات والخطوات المتبعة في الاستطلاع،علاوة علي ذكر نسبة الذين استجابوا من إجمالي العينة، ونسبة من لا رأى لهم، ومع ذلك لم يخل العرض من تحيز ولغة خطابية عند مناقشة نتيجة الاستطلاع، وهي الموافقة بالإجماع بنسبة ١٠٠٪.

والواقع أن هذه النسبة غير معروفة في تاريخ استطلاعات الرأي العام فى العالم كما أنها غير منطقية مما يؤكد تحيز الاستطلاع سواء بسبب التوقيت، أو العينة، أو بناء وصياغة أسئلة الاستمارة، أو تطبيقها، أو لهذه الأسباب مجتمعة.

من جهة أخرى فان التقرير الذي يعرض للنتائج يتحدث أحيانا عن العينة، وفي أحيان أخرى عن الرأي العام أو المواطن المصري مما يثير خلطا وتداخلا ربما يؤدي إلى القول بان الرأى العام في مصر يؤيد زيارة السادات إلى القدس تأييدا تاما وكاملا على نحو ما ذكر التقرير [٦٥].

وبغض النظر عن إيجابيات وسلبيات عرض النتائج فإن التقرير لم ينشر، ولا يوجد ضمن مطبوعات المركز القومي للبحوث الاجتماعية التي يمكن لزائر المكتبة الاطلاع عليها [٦٦]، الأمر الذي يثير في الأخير تساؤلات حول حياد وموضوعية هذا الاستطلاع وعلاقته بعمليات التوظيف السياسي لرأي الجمهور، وخاصة أن صحف تلك الفترة استخدمت نتائج الاستطلاع في دعم وتبرير زيارة القدس، وأكدت ان الرأي العام المصري يؤيد زيارة السادات للقدس بنسبة ١٠٠٪. [٦٧] في المقابل فإن عدم نشر التقرير النهائي علي نطاق واسع يثير إشكالية احتكار

السلطة، سواء كانت مركز بحوث أو سلطة سياسية للمعلومات وحجب المعرفة واستغلالها لتحقيق أهداف خاصة بها

ثالثا: تحليل استطلاع للرأي العام حول قضية وصول الدعم الي مستحقية:- (٦٨).

١- اختيار الموضوع:

مع بدء سياسة الانفتاح الاقتصادي في السبعينيات شهد الاقتصاد المصري تحولات أساسية اتجهت إلى الحد من تدخل الدولة في الاقتصاد والأخذ بآليات السوق، واستدعي ذلك مراجعة كثير من السياسات الاقتصادية كان من بينها الدعم.

وتتعدد جوانب وأشكال الدعم، إلا أن الدعم المباشر الذي تقدمه الحكومة في صورة تخفيض في أسعار الخدمات والسلع الأساسية قد حظي بالاهتمام الأكبر، وبمعظم الجدل والنقاش الذي دار في أجهزة الدولة ووسائل الأعلام المختلفة. [٦٩]

وكان ارتباط قضية الدعم بميزان المدفوعات قد فتح الباب لضغوط قوي خارجية ومؤسسات تمويل طالبت بالتخلص من الدعم في الميزانية المصرية كشرط لتمويل الاستثمارات الداخلية [٧٠]، وأدت استجابة الحكومة لبعض هذه المطالب في يناير ١٩٧٧ إلى مظاهرات شعبية في المدن الكبرى، دفعت الحكومة إلى التراجع عن التنفيذ غير ان الموضوع استمر مطروحا للنقاش، حيث طرحت وجهات نظر خلافية حول تقويم سياسة الدعم والبدائل والحلول التي يمكن الأخذ بها للمواءمة بين الاحتياجات الاقتصادية ومطالب صندوق النقد ومؤسسات التمويل الدولية، والجوانب الاجتماعية ممثلة في احتياج اغلب الأسر المصرية للدعم، وارتفاع أسعار كثير من السلع والخدمات في حالة إلغائه.

في هذا الإطار تتضح أهمية اختيار موضوع الدعم لإجراء استطلاع حوله،

وخاصة انه قد طرح للجدل والنقاش العام واختلفت حوله الآراء والتصورات، لكن الملاحظ ان دائرة الجدل والنقاش ووجهات النظر الخلافية ظلت مقصـــورة علـــي النخبة ولم تتجاوزهم إلى الجمهور العام بحكم الطبيعة الاقتصاديـــة – الاجتماعيـــة المركبة لقضية الدعم، وتعدد وتشابك جوانبها بصور يصعب على أفراد الجمهـــور العام إدراكها، وبالتالي المشاركة في النقاش الدائر حولها أو تكويـــن رأي حولهـــا، الآمر الذي انعكس كما سنرى علي نتائج الاستطلاع.

ولا يتنافى ذلك مع حقيقة أن قضية الدعم كانت تمس مصالح الجمهور في معظمة، وانه كان يشعر أو يدرك بالفطرة أن مصالحة مع البقـــاء علـــى الدعـــم . فالرأي العام يتجاوز الحس العام أو الحكم بالفطرة [٧١]، كما أن مقوماته وشروطه لا تنطبق على الجدل والنقاش الذى دار حول قضية الدعم وارتبط أساسا بالنخبـــة السياسية والمتخصصين والمثقفين.

من هنا فإن اختيار مثل هذا الموضوع لإجراء استطلاع رأى عام لم يكـــن اختياراً سليما , وربما كان الأقرب إلى الدقة أجراء استطلاع لجمهور أو قطاع من النخبة حول قضية الدعم .

٢- عينة الاستطلاع :

لا يوضح التقرير النهائي الطريقة التى سحبت بها العينة، ويشير فقط إلـــى أن الدراسة (يقصد الاستطلاع) أجريت على مستوى الجمهورية حيـــث اختـــيرت خمس محافظات هي القاهرة، البحيرة، القليوبية، الجيزة، أسيوط لتمثيل المحافظات الحضرية ومحافظات شمال وجنوب الوجه البحري وشمال وجنوب الوجه القبلي.

وبلغ حجم العينة ١٤٦٨ مفردة، موزعة على الحضـــر بنســـبة ٦٥ر٥٨٪، والريف بنسبة ٣٥ر٤١٪، ونظرا لان هذا الاستطلاع قد روعي فيه اختيار الفـــرد

الأول من الأسرة – عادة ما يكون رب الأسرة – بالإضافة إلى الفرد الثـاني مـن الأسرة – عادة ما تكون الزوجة – لذا فقد مثلت فئات الأعمـار المختلفـة بنسـب متفاوتة تراوحت ما بين ٢٠ سنة، ٧٥ سنة [٧٢] كما جاءت النسب متقاربـة بيـن الذكور (٢٩ر٥١٪)، والإناث (٧١ر٤٨٪).

بيد أن توزيع أفراد العينة طبقا للمستويات التعليمية لم يعكس توازنا مماثلا، فقد بلغت نسبة الأميين ٦٧ر٥٩٪، ويقرأ ويكتب ٩٣ر٢١٪ بينما كانت نسـبة ذوي التعليم المتوسط ٣٤ر٦٪ ، والعالي ٢٧ر٣٪ ولاشك ان ارتفاع نسبة الأميـة بيـن أفراد العينة يفسر بعض أهم نتائج الاستطلاع مثل ارتفاع نسبة الذين ذكروا انهم لم يسمعوا عما يسمي مفهوم الدعم إلى ٦٠ر٥٩٪ من أفراد العينة.

وبصفة عامة فإن عدم توضيح التقرير للطريقة التي سـحبت بهـا العينـة ونوعها، لا يتفق والتقاليد العلمية المعترف بها، والتي عادة ما تلتزم بهـا معـاهد قياس الرأي العام التابعة لمؤسسة جامعية أكاديميـة، الأمـر الـذي يثـير مـدي موضوعية الإجراءات التي اتبعها جهاز قياس الـرأي العـام فـي سـحب عينـة الاستطلاع ونتائجه.

٣- استمارة جمع البيانات:

سجل جهاز قياس الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية في هذا الاستطلاع تطورا مهما تمثل في القيام بتجارب استطلاعية "لاختبار مـدي وضوح وصدق وثبات الاستمارة، فقد جري تطبيق الاستمارة علي عينة مـن ٥٠ فردا اختيرت لتمثل نفس مواصفات العينة الأصلية للتأكد مـن سـلامة ووضـوح الاستمارة، وإغلاق بعض الأسئلة المفتوحة، وإضافة بعض الأسئلة التي تكون هيئة البحث قد أغفلتها، علاوة على إجراء تجربة لحساب ثبات الاستمارة بعـد إجـراء

التعديلات التي فرضتها نتائج التجارب السابقة. .

ورغم أهمية هذه الإجراءات – لم يجر العمل بها في استطلاع اتجاهات الرأي العام نحو زيارة القدس – إلا أن ما يؤخذ عليها هو عدم ذكر طريقة سحب عينة التجارب الاستطلاعية، أو خصائصها، والتعديلات التي أدخلت علي بنود الاستمارة، وطريقة حساب ثبات الاستمارة.

من ناحية أخرى راعى الفريق الذي قام بالاستطلاع في تصميم الاستمارة شمول القضايا المتعلقة بموضوع الدعم، وبساطة الأسلوب ليتناسب مع عينة تمثل الجمهور المصري بمختلف مستوياته التعليمية، فضلا عن عدم إطالة بنود الاستمارة حتى لا تشكل عبئا علي أفراد العينة[٧٣] ولا شك ان محاولة الجمع أو التوفيق بين هذه الاعتبارات مستحيل منطقيا بحكم طبيعة موضوع الاستطلاع، الذي يتضمن قضايا وجوانب معقدة، ومن ثم فان محاولة الجمع بين الشمول والتبسيط تتعارض وعنصري الدقة والوضوح، كما تضمنت قدرا من التوجيه والإيحاء بالإجابة.

لقد صممت الاستمارة (انظر ملاحق الكتاب) لتغطي ثلاثة جوانب رئيسية في موضوع الدعم اختص كل منها بعدد من الأسئلة، [٧٤] فتناولت الفئة الأولى مدي إدراك أفراد العينة للمعني الصحيح لموضوع الدعم، وسعت الاستمارة لتوحيد مفهوم الدعم في أذهان أفراد العينة بتقديم تعريف مبسط لمفهوم الدعم لكل أفراد العينة، أما الفئة الثانية فدارت حول مدي استفادة المواطن المصري من الدعم ، وهل يصل إلى مستحقيه فعلا أم لا، واهتمت الفئة الثالثة بمعرفة اتجاهات المواطنين نحو الاقتراحات والآراء والحلول، واقتصرت الفئة الرابعة على معرفة الرأي بصفة عامة في موضوع الدعم [٧٥].

ويمكن القول أن الخلل الرئيسي في بناء الاستمارة وتسلسل أسئلتها يتمثـل في ثلاث نقاط:-

النقطة الأولى:- محاولة تعريف أو أخبار اغلب أفراد العينة بموضـوع لا تتوافر لديهم معلومات حوله، ولم يسمعوا عنه شيئا (٦٠ر٥٩٪ من أفراد العينة)، ثم جمع استجاباتهم وآرائهم حول الموضوع، أي ان الاستطلاع هنا يقوم بدور تعليمي أو إخباري ثم يقيس بعد ذلك – وفي موقف تطبيق الاستمارة – نتيجة هذا الدور.

والمعروف أن القواعد والإجراءات العملية في قياس الراي العام ترفـض وتحذر من مخاطر هذا الإجراء علي موضوعية القياس ونتائجـه، كمـا ترفـض وتحذر بالقدر نفسه من سؤال مبحوثين عن موضوع لا تتوافر لديهم عنه معلومات.

النقطة الثانية:- التركيز على الحلول والتصورات المقترحة لمشكلة الدعم، وقلة الاهتمام بنتائج وتداعيات المشكلة، وتجاهل أسبابها، واسـتنادا الـي نمـوذج الموقف الإشكالي فان عدم التوازن بين جوانب مشكلة الدعم (النتائج – الأسباب – الحلول) يؤثر علي دقة وسلامة أدراك أفراد العينة للمشكلة واستجاباتهم، وهو مـا يمثل أحد مصادر التحيز المقصود او غير المقصود في بناء الاستمارة، وترتيـب أسئلتها.

النقطة الثالثة:- أن التركيز علي الحلول جاء في صور مفككة ومجزأة، فقد اهتمت أسئلة الاستمارة بمعرفة رأي أفراد العينة في كل حل أو مقترح على حـدة، ولم تحاول الربط بين الحلول والمقترحات المختلفة، أو معرفة تفصيـلات أفـراد العينة لهذه الحلول بصورة مجمعة، وبالتالي جاءت النتائج الخاصـة بـالحلول أو المقترحات جزئية وغير مترابطة، مما يقلل من أهميتها.

ولعل الوقوف علي بعض المظاهر التفصيلية للخلل، وعدم الدقة توضح ما يقصده الباحث:-

أ- إن السؤال الأول يبدأ بتقرير حقيقة أن "الدولة مهتمه اليوميـــن دول بموضـــوع اسمه الدعم "ومثل هذه الصياغة ربما أضفت علي الاستطلاع صفة الرسمية أو التبعية للحكومة مما قد يثير مخاوف المبحوثين في ضوء تـــراث المصرييـــن الطويل من الشك، والخوف من الدولة المركزية ورموزها.

ب- أن السؤال الأول يعتبر سؤال تصفية إذ كان يهدف إلى معرفـــة المبحـــوث أو سماعه بموضوع الدعم، ورغم أن ٦٠ر٥٩٪، أجابوا بأنهم لم يســـمعوا عـــن الموضوع لم يستبعدوا من العينة، بل واصل البـــاحثون الميدانيـــون تطبيـــق الاستمارة اعتمادا علي قراءة تعريف الدعم علي هؤلاء المبحوثين.

جـ- خلت الأسئلة من بند "لا اعرف"، وبند "لا راي له"، ولم يظهر بنـــد أخـــرى تذكر، إلا في عدد قليل من الأسئلة، رغم انه كان من الملائم ظهور هذه البنود في عدة أسئلة مثل السؤال الرابع، والسؤال الرابع عشر والسادس عشر. وربما تبدو أهمية بند "لا اعرف"، وبند "أخرى تذكر" في ضـــوء ان ٦٠ر٥٩٪ مـــن أفراد العينة لم يسمعوا عن الدعم، ومع ذلك جري تطبيق الاستمارة عليهم.

د- أن السؤال الثالث حول تقدير المبحوث لتكلفة الدعم على الدولة يتنافي وطبيعـــة عينة الاستطلاع التي يفترض إنها تمثل الرأي العام، وبالتالي ضرورة التبسيط والابتعاد عن الأسئلة المتخصصة، فالسؤال يتطلب نوعية خاصة من الجمهور، ولعل ما يؤكد ذلك أن ٦٢ر٨١٪ من الأفراد لم يتوصلوا إلى تقديرات صحيحة لتكلفة الدعم، علما بان التقدير الصحيح الذي اخـــذ بـــه الفريـــق الـــذي قـــام بالاستطلاع هو ٢٠٠٠ مليون جنيه. بارتفاع أو انخفاض ٢٠٠ مليون جنيه.

هـ- غموض وعدم وضوح بعض الصياغات، فما المقصود في السؤال الســـادس من أن خروج بعض السلع عن الدعم يؤدي إلى أن يكون لها اكثر من ســـعر، وكذلك يثير السؤال العاشر لبسا وتداخلا حول سلوك المســـتهلك إزاء الســـلع المدعومة.

و- استخدام بعض الكلمات والعبارات التي توحي بالإجابة وتوجه المبحوث وجهة معينة تتفق والتحيزات غير المعلنة للفريق الذي قام بالبحث.

فينص السؤال السابع مثلا على "تفتكر السلع التي تدعمها الدولة هي السلع الضرورية جدا اللي الناس ما تقدرش تستغني عنها؟ "ومثل هذه الصياغة تذكر فقط الجوانب الإيجابية مما يدفع المبحوث عادة للإجابة بنعم، أي رفض إلغاء الدعم.

كذلك يتناول السؤال الحادي عشر أحد جوانب الصورة فقط حيث نص علي " في رأيك فيه ناس بتستفيد من الدعم من غير ما تستحق".

ويسأل السؤال الثالث عشر المبحوث: هل يوافق علي زيادة أجور موظفي وعمال الحكومة وأصحاب المعاشات كحل لمشكلة الدعم مع الإشارة إلي أن هذا الأجراء سيرفع الأسعار، ولاشك أن هذا الربط قد يوحي بالرفض، وخاصة أن هناك فئات أخري من ذوي الدخل المحدود قد استبعدهم السؤال مثل العمال الزراعيين والفلاحين ذوي الحيازات الصغيرة (اقل من فدان) علي ان التحيز والإيحاء بالإجابة يتضح بدرجة اكبر في السؤال السادس عشر الذي يصف الاقتراح القائل بإلغاء الدعم واستخدام مخصصاته في الاستثمار بأن فوائده ستظهر بعد ثلاث أو أربع سنوات مما قد ينفر المبحوث ويدفعه للرفض فأفراد الجمهور العام الذين يحصلون على خدمة رخيصة لن يتنازلوا عنها لصالح فائدة مؤجلة، وغير مضمونة.

٤- تطبيق الاستمارة:

لا يذكر التقرير النهائي تاريخ تجريب أو تطبيق الاستمارة، فالغلاف الخارجي مؤرخ بعام ١٩٨٣، بينما الغلاف الداخلي مؤرخ بيوليو ١٩٨٢، ولا يذكر التقرير أيضا شيئا عن تدريب الباحثين الميدانيين وأسلوب مراجعة البيانات ميدانيا،

غير أن نائب رئيس جهاز قياس الرأي العام سابقا ذكر انه جري تدريب الباحثين الميدانيين ومتابعة عملهم في الميدان (٧٦).

ويلاحظ أن التقرير النهائي لم يذكر شيئا عن نسبة تطبيق الاستمارة علي أفراد العينة، وربما لانه لم يذكر شيئا أيضا عن نوع العينة وطريقة اختيارها.

على أي حال فإن التقييم الموضوعي يفرض على الباحث التساؤل عن مدي الثقة في نتائج تطبيق الاستمارة، فإذا كان ٦٠ر٥٩٪ من أفراد العينة قد قالوا بأنهم لم يسمعوا عن الدعم، كما أن ٦٢ر٨١٪ لم يتمكنوا من تقدير النسبة الصحيحة لتكلفة الدعم، فكيف يمكن الاطمئنان إلى أن كل أفراد العينة قد استطاعوا الإجابة علي كل أسئلة الاستطلاع دون تدخل – بصورة أو بأخرى – من قبل الباحثين الميدانيين.

٥- تحليل البيانات:

اعتمد تحليل البيانات على استخراج جداول تكرارية بسيطة، ونسب مئوية، مع حساب توزيعات تكرارية بين اتجاهات أفراد العينة نحو قضية الدعم، ومؤشر ريف – حضر، ومؤشر التعليم.

وفي حدود نوع الأسئلة وطبيعة البيانات وأهداف الاستطلاع، يمكن القول أن المعالجة الإحصائية كانت ملائمة ومفيدة بوجه عام، إلا أنه كان يمكن الاهتمام بإبراز بعض علاقات الارتباط بين بعض أهم شرائح العينة، واتجاهاتها، نحو قضية الدعم.

٦- عرض النتائج:

قدم التقرير النهائي في صفحاته الأولى نص استمارة أسئلة الاستطلاع، ثم جاءت بعد ذلك المقدمة لتعطي خلفية شاملة لقضية الدعم بجوانبها المختلفة

الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، ونوعية ومستوى الجدل والنقاش الـــذي دار حول الموضوع واتجاهاته المختلفة.

وأوضح التقرير أهداف الدراسة وحدودها، وأشار إلى حجم العينة ومجالها الجغرافي وخطوات إعداد وتجريب استمارة الاستطلاع، ثم عرض خصائص أفراد العينة، وتكرارات ونسب إجاباتهم.

واستخدم التقرير في العرض لغة رصينة واضحة تخلو من المبالغـــات، إلا إنه كما سبقت الإشارة لم يذكر نوع العينة، وطريقـــة ســـحبها، وتـــاريخ تطبيـــق الاستمارة، ونسبة النجاح في الوصول إلى العينة، كذلك لم يعرض نتـــائج الســـؤال السابع عشر رغم أهميته حيث يدور حول المصادر التي يمكـــن أن تحصـــل بهـــا الحكومة على تمويل لاستمرار الدعم، بينما عرض لنتائج السؤالين الثامن العشـــر والتاسع عشر، ومن المحتمل أن تكون حساسية السؤال السياسية وراء عـــدم نشـــر نتائجه.

وتجدر الإشارة إلى أن التقرير النهائي خلط بين الدراســـة والاســـتطلاع، واستخدمهما في اكثر من موضع بمعني واحد، رغم اختلاف استطلاع الرأي عـــن الدراسة.

وقدم التقرير في جزء مستقل في صفحاته الأخـــيرة تعليقـــا علـــى نتـــائج الاستطلاع أكد فيه أن ما يزيد على ٩٥٪ من أفراد العينة يســـتفيدون مـــن الســـلع المدعومة، وأن ٩٧٪ من أفراد العينة رفضوا أي سياسة ترمي إلى رفـــع أســـعار السلع المدعومة.

واجتهد في تبرير التناقض بين كون أغلبية مفردات العينة لم يسمعوا عـــن الدعم شيئا ومع ذلك أجابوا علي أسئلة الاستطلاع فذكر انه "عندما قدم لهم شـــرح

واضح ومبسط لمفهوم الدعم وبدأ الباحثون في طرح الأسئلة، اتضح أن جميع أفراد العينة كان لهم رأي واضح ومحدد حول جميع النقاط المدرجة تحت هذا الموضوع، مما أدى إلى انخفاض فئة من لا رأي له من الأفراد إلى أدني مستوي لها إلى حد أنه لم يكن لهذا النوع من الاستجابة أي وجود علي الإطلاق في أغلب الأسئلة المطروحة، مما يوضح أن قضية الدعم تشغل بال النسبة الغالبة من الأفراد" [٧٧].

ولعل هذا الاستشهاد الطويل يكشف عن ضعف التبرير واستحالته منطقيا وواقعيا، فالشرح المقدم لمفهوم الدعم [٧٨] لا يكفي لتعريف أفراد العينة الذين لم يسمعوا عن الدعم بالقضايا المرتبطة به، ومن ناحية أخرى فان الاستمارة لم تتضمن أصلا أي بند لمن لا رأي له.

ومهما يكن من أمر نتائج هذا الاستطلاع فان المصدر الأساسي لجوانب القصور والتحيز يرجع إلى الخطأ في اختيار عينة من الجمهور العام لسؤالها عن موضوع يتضمن قدرا من التخصص الذي يتطلب عينة من المتخصصين أو النخبة.

رابعا: تحليل استطلاع للرأي عن مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر في الأراضي الزراعية (مشروع قانون ١٩٨٦):-

١- اختيار الموضوع:-

"في أوائل عام ١٩٨٦ طرح الحزب الوطني الديمقراطي الحاكم مشروع قانون بتنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر في الأرض الزراعية، وقد تضمن المشروع مقترحات أساسية من شأنها تغيير نمط استغلال الأرض الزراعية وطبيعة العلاقة بين الملاك والمستأجرين ومن أهم هذه المقترحات رفع القيمة الايجارية إلى

١٥ مثل الضريبة، وتحديد مدة لسريان عقود الإيجار يتم الالتزام بها بين طرفي التعاقد، والاتجاه نحو عدم توريث عقد الإيجار إلا بشروط.. والالتزام بنظام المزارعة باعتباره الأسلوب الأكثر إيجابية في الزراعة.. والنص علي حق المالك في التصرف في ملكيته المؤجرة وتعويض المستأجر." (٧٩).

وفجرت هذه المقترحات كما يشير التقرير النهائي مناقشات وجدلا حول مدي وضرورة هذا التغيير وتوجهاته، وعلاقته بالتنمية الاقتصادية واعتبارات العدالة الاجتماعية، وتمثلت أطراف النقاش في الخبراء والمتخصصين والقوي السياسية ووسائل الإعلام، وشهدت قاعات مجلس الشعب واللجان الزراعية بالأحزاب، وبعض النقابات والمنتديات الثقافية درجة عالية من الخلاف والجدل، واستمرت حتى طرح المشروع في يناير ١٩٨٦ وحتى تاريخ كتابة التقرير النهائي في ديسمبر ١٩٨٧ (٨٠).

بل يمكن القول أن هذا الجدل والنقاش استمر حتى صدور قانون تعديل العلاقة الايجارية بين الملاك والمستأجرين في الأراضي الزراعية عام ١٩٩٢.

ولاشك أن الموضوع تتوافر فيه عناصر أساسية ضرورية لتشكيل رأى عام، مثل أهمية الموضوع وإثارة جدل ونقاش حوله، عكس وجهات نظر ومصالح متباينة، لكن هذه العناصر تفتقر لعنصر مهم، وهو مشاركة الجمهور العام الذي ترتبط مصالحه بقضية العلاقة بين المالك والمستأجر.

فمن الواضح أن الجدل والنقاش انحصر، كما هو الحال بالنسبة للجدل والنقاش الذي ارتبط بقضية الدعم، في صفوف النخبة، ولم يشارك فيه أصحاب المصلحة الحقيقية من صغار الملاك والمستأجرين الذين يمثلون الجمهور العام، وليس أدل علي ذلك من أن ٦٩٠ مبحوثا بنسبة ٤٧٫١٪ لم يسمعوا عن موضوع

الاستطلاع، وبالتالي من الصعب القول بان هؤلاء لديهم معلومـــــات كافيـــة عـــن الموضوع، وعن أبعاد المشكلة وطبيعة، ومستوي الجدل والنقاش المثـــار حولـــه، والحجج والبراهين التي يقدمها كل فريق.

ومع ذلك من الممكن الثقة إلى حد كبير في معرفتهم بالموضوع وامتلاكهم بالفعل لآراء ومواقف محددة سلفا، إذ أن معظم أســئلة الاســتمارة تركــز علـــي موضوعات تتصل مباشرة بحياتهم وخبرتهم، وبقضايا خاصة بالأرض، ربما سبق لهم التفكير فيها ومناقشتها.

لكن تبقي علي أي حال إشكالية عدم معرفة قطاع كبير من الجمهور العـــام بموضوع مرتبط بمصالحه المباشرة، وبالتالي عدم مشاركته في الجـــدل والنقـــاش الدائر حوله، والذي ينحصر عادة في صفوف النخبة.

ان هذه الإشكالية تمثل قاسما مشتركا بين استطلاع الرأي مـــن مشـــروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر في الأراضي الزراعيــــة، واســـتطلاع للرأي العام حول قضية وصول الدعم إلى مستحقيه، ويبدو أنهـــا إشـــكالية ترتبـــط بشروط تشكيل وقياس الرأي العام في مصر ودول الجنوب عامه.

وتوجد أسباب عديدة تاريخية وثقافية واجتماعية تفســـر ضعـــف اهتمـــام الجمهور العام بمناقشة القضايا العامة وانفراد النخبة في كثير من الأحيان باستخدام هذا الحق، من هنا تبرز صعوبة اختيار موضوعات تصلح لاستطلاع الرأي العـــام في مصر ودول الجنوب عامه كما تبرز مخاطر الاعتماد علي الجدل والنقاش فـــي وسائل الإعلام المقروءة للحكم علي موضوع بأنه محل اهتمام عام، فوسائل الإعلام المقروءة لا يستطيع الاميون استخدامها، وهم في معظـــم مجتمعـــات الجنـــوب لا يمثلون الأغلبية.

ويري الباحث أن الجهات والهيئات التي تقوم بعملية اختيار موضوعات للاستطلاع في مصر لابد أن تعي الأمور التالية:-

أ- ان ما تهتم به الصحف ودوائر المختصين والمثقفين واللجان البرلمانية والحكومية قد لا يصل إلى الجمهور العام في ظل فجوة المعلومات التي تعاني منها مجتمعات الجنوب عامة والمجتمع المصري خاصة، وفي ظل عدم اهتمام الإذاعة والتليفزيون المملوكين والتابعين للدولة بعرض موضوعات خلافية أو السماح بعرض وجهات نظر خلافية حول موضوع يتعلق بسياسة الدولة.

في هذا السياق يمكن القول ان القائمين باستطلاع وصول الدعم إلى مستحقيه، واستطلاع الرأي عن مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر [٨١]، قد ركزوا علي الجدل والنقاش الدائر في الصحف وبين النخبة، ولم ينتبهوا إلى أن الإذاعة والتليفزيون في مصر لم يهتما بطرح ومناقشة موضوعي الدعم وتنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر، ومن ثم جاء الارتفاع الملحوظ في نسبة من لم يسمعوا عن الموضوعين.

ب- ضرورة سحب عينة بديلة بنفس مواصفات عينة الاستطلاع وذلك لاستخدامها في حالة ما إذا واجه الباحثون الميدانيون عدم معرفة بعض أفراد العينة الأساسية لموضوع الاستطلاع، فضلا عن مواجهة المشكلات التقليدية المعروفة عند تطبيق الاستمارة علي العينة مثل السفر أو الوفاة أو تغيير العنوان. ويري الباحث أهمية توسيع حجم العينة البديلة بنسب أكبر من المعدلات المعروفة دوليا لتصل إلى ما بين ٤٠ -٥٠٪ - حسب موضوع كل استطلاع والعينة المطلوبة - حتى يتسنى مواجهة كل هذه المشكلات.

جـ- أهمية أن تكون أسئلة الاستمارة بسيطة ومركزة ومختصرة ومرتبطة بالحياة

اليومية، والخبرة المباشرة للمبحوثين، ذلك حتى يمكن الحد من مشكلة نقص المعرفة وضعف اهتمام الجمهور العام في مصر ودول الجنوب بالقضايا العامة.

وتجدر الإشارة إلى أن الطابع الاقتصادي المسيطر علي أسئلة استطلاع وصول الدعم إلى مستحقيه قد شجع الباحث علي اقتراح أن يقتصر مثل هذا الاستطلاع علي النخبة، بينما جاءت الأسئلة المباشرة والبسيطة والتي تتعلق بخبرة الملاك والمزارعين لتقلل إلى حد كبير ارتفاع نسبة من لم يسمعوا شيئا عن مشروع تنظيم . بين المالك والمستأجر.

٢- عينة الاستطلاع:

نظرا لطبيعة موضوع الاستطلاع، وتعدد الأطراف التي لها علاقة به، فقد راعت الهيئة التي قامت بالاستطلاع تمثيل الملاك والمستأجرين والملاك المستأجرين، في الوقت نفسه، ومن محافظات ومختلفة تعكس تنوع نظم استغلال الأراضي الزراعية، وتفاوت توزيع الملاك والمستأجرين على الحيازات الزراعية المختلفة، فضلا عن اختلاف إنتاجية الأرض الزراعية ذاتها.

وفي ضوء هذه الاعتبارات اختيرت عينة طبقية تمثل الملاك، والمستأجرين، والملاك المستأجرين، وتضم ١٥٠٠ مفردة من أرباب الأسر، من الحائزين لأراض زراعية مملوكة أو مملوكة ومستأجرة في الوقت نفسه، أو ارض مستأجرة فقط، واتفق علي أن يتم تطبيق الاستبيان علي رب الأسرة الذكر أو الأنثى في حالة ما إذا كانت هي العائل [٨٢].

واختيرت محافظتان من الوجه البحري ومحافظتان من الوجه القبلي وهي: الشرقية والقليوبية والجيزة والمنيا، وقد خضع اختيار هذه المحافظات لعامل أساسي

هو طبيعة الحيازات في محافظات الجمهورية، من هنا مثلت محافظة الشرقية المحافظات التي تغلب فيها الحيازات المملوكة، ومحافظة المنيا المحافظات التي تغلب فيها الحيازات المستأجرة، وتساوت محافظتا القليوبية والجيزة من حيث الحيازات المستأجرة والمملوكة (٨٣).

على أن اختيار العينة بهذا الشكل لم يراع الاعتبارات السابقة والتي تمثل متغيرات أساسية مؤثرة في موضوع الاستطلاع، فقد شملت العينة ٢٨ مستأجر مزارعة بنسبة ٩١ر١٪، ومستأجر واحد نقد أو مزارعة بنسبة ٠٧ر٪ ومالك ومستأجر مزارعة بنسبة ٨٨ر٪، بينما يذكر التقرير النهائي أن المساحات المؤجرة بالمزراعة في مصر تبلغ ٩٦٦ر٢٧٤ فدانا تمثل ٤٩ر٤٪ من إجمالي المنزرع (٨٤).

وبينما يذكر التقرير أيضا أن حائزي خمسة أفدنه فأقل – سواء كانوا ملاكا أو مستأجرين – يمثلون ٥ر٩٢٪ من جملة الحائزين، فإن تمثيلهم في العينة بلغ حوالي ٤٩ر٩٨٪.

من جهة أخرى لم تمثل أي محافظة من التي تضم أراضي الدرجتين الثالثة والرابعة ذات الإنتاجية المتوسطة والمنخفضة، واللتين تمثلان ٦١٪ من مجموع الأراضي الزراعية (٨٥).

وبغض النظر عن المتغيرات العامة التي حددت اختيار العينة، فإن اختيار المراكز من داخل كل محافظة قد تم باستخدام طريقة أنصاف زوايا المثلث (٨٦)، كما اختيرت ثلاث قرى بكل محافظة، تخضع كل قرية منها لأحد المراكز المختارة داخل المحافظة بحيث يتحقق التنوع بين هذه القرى فيكون بعضها قريبا من المدينة، وبعضها الأخر بعيدا عنها (٨٧).

والواقع أن طريقة أنصاف الزوايا تفضي إلى عينة غير احتمالية، كما تعتمد أساسا على متغير الكثافة السكانية، ومثل هذا المتغير لا يرتبط مباشرة بموضوع الاستطلاع أو متغيراته الأساسية.

كذلك فإن اختيار القرى قد تم بطريقة عمدية – عامل الاقتراب أو الابتعاد الجغرافي من المدينة – وهو اعتبار يرى الباحث أنه غير ذي أهمية لأنه من الصعب افتراض علاقة بين القرب أو البعد من المدينة وآراء المبحوثين في موضوع الاستطلاع، وكان من الأفضل إما الاستناد إلى متغير أو متغيرات أخرى ترتبط بموضوع الاستطلاع في اختيار المراكز والقرى التسع، وبالتالي تبرر عملية الاختيار العمدي، أو الاعتماد على أسلوب آخر لاختيار عينة احتمالية من المراكز والقرى داخل كل محافظة.

خلاصة القول أن اختيار المحافظات، ثم المراكز، ثم القرى التسع، تم بطريقة لا تستند إلى مبررات قوية أو متغيرات ترتبط بموضوع الاستطلاع، ومن غير المحتمل أن يكون لها تأثير على استجابات المبحوثين، من هنا يمكن القول أن عينة المحافظات والمراكز والقرى لا تخلو من تحيز غير مقصود، ربما فرضته ظروف وإمكانيات العمل في الاستطلاع.

ويبدو أن هذه الظروف والإمكانيات كانت وراء الاعتماد على عينة حصصية غير احتمالية بواقع ١٥٠ مفردة من كل قرية روعي أن تعكس الوجود الفعلي لعدد الملاك والمستأجرين داخل كل محافظة.

ويوضح التقرير النهائي صعوبة الحصول على بيانات خاصة بوضع الحائز، وحجم الحيازة في فترة زمنية معقولة وتعدد وتقادم السجلات الخاصة بكل قرية، إضافة إلى عدم وجود أي بيانات تتعلق بشريحة الملاك المستأجرين.

ورغم وجاهة هذه المبررات إلا أنه كان يمكن الاعتماد على أحد هذه السجلات، مع اتخاذ بعض الإجراءات المنهجية لتلافي مشكلة تقادم البيانات أو تغيرها، بسبب الوفاة أو البيع أو الميراث، لسحب عينة غير احتمالية. وعلى سبيل المثال كان من الممكن استخدام سجل الحيازة الموجود بالجمعية التعاونية الزراعية في كل قرية لسحب عينة طبقية عشوائية، وعينة بديلة يمكن الاستعانة بها لتغطية أي نقص أو تغيير في بيانات العينة الأساسية.

علي أي حال فقد ضمت العينة الإجمالية ١٤٦٩ مفردة – تم استبعاد ٣١ مفردة أثناء المراجعة المكتبية لعدم صلاحيتها – ٦٠٥ ملاك، ٥٤٢ مستأجرا، ما بين إيجار نقدي وإيجار مزارعة أو الاثنين معا، ٣٢٢ ملاك مستأجرين في نفس الوقت، وينتمي ٦٤ر٦٨٪ من العينة إلى المرحلة العمرية٣٠ – ٦٠، وتصل نسبة الأمية [٨٨] بين العينة إلى ٧٦ر٥٢٪، ونسبة من يقرأ ويكتب إلى ٤٥ر٢٨٪ وربما تفسر هذه الخصائص التعليمية عدم سماع ١ر٤٧٪ من العينة شيئا عن موضوع الاستطلاع.

٣- استمارة جمع البيانات:

يوضح التقرير النهائي أن صياغة الاستمارة استهدفت تغطية أربعة بنود أساسية [٨٩] الأول مدي معرفة مفردات العينة بموضوع الاستطلاع ومصادر معلوماتهم، والثاني التعرف على الآراء بخصوص تعديل القانون من عدمه، والثالث تحديد آراء مفردات العينة حول تقدير القيمة الإيجارية، وعدم توريث عقد الإيجار، وتحديد مدة العقد، والأخذ بنظام المزارعة أو المشاركة، والرابع تلمس آراء مفردات العينة حول مدى اتفاق مشروع القانون مع اعتبارات العدالة الاجتماعية والتنمية الاقتصادية.

ويمكن القول أن أسئلة الاستطلاع قد غطت هذه البنود بصورة جيدة ومتوازنة، باستثناء تلمس آراء مفردات العينة حول التنمية الاقتصادية، والذي يعتبر هدفا غير واقعي في مثل هذا الاستطلاع، وبالتالي كان من الأفضل عدم الإشارة إليه أصلا.

وقبل تطبيق الاستمارة أجريت تجربة استطلاعية على ٤٥ حالة في إحدى القرى خارج إطار العينة، وأوضح التقرير التعديلات التي أدخلت علي الاستمارة في ضوء هذه التجربة، الأمر الذي كان له على ما يبدو أثر كبير في الارتفاع بمستوى الاستمارة من حيث الشكل والمضمون، وفي تعظيم قدرتها علي تحقيق أهداف الاستطلاع.

ورغم طول أسئلة الاستمارة إلا أنها اتسمت بالوضوح والتوازن في عرض نتائج المشكلة وأسبابها والحلول والمقترحات، سواء التي يقدمها القانون أو الخبراء، مع ترك مساحة من الحرية للمبحوثين لتقديم مقترحاتهم.

وعلاوة على التسلسل المنطقي والتوازن في عرض جوانب الموضوع، تميزت الأسئلة بالبساطة والتركيز والارتباط بالواقع المعاش لأطراف المشكلة، والبعد عن التعقيد.

ومع ذلك وقعت الاستمارة في بعض الأخطاء التي كان من الممكن تداركها أهمها:-

أ- إجراء تجربة الثبات على ٢٣ مفردة بعد حوالي شهر من التطبيق الميداني للاستمارة، وقد انتهت التجربة بنسبة اتفاق كلية معقولة بلغت ١٩ر٧٩٪، إلا أنه كان من الأفضل إجراء تجربة الثبات قبل التطبيق الميداني ليتسنى الاستفادة من نتائجها.

ب- إن السؤال الأول يعتبر سؤال تصفية، إذ يهدف إلى معرفة ما إذا كان المبحوث

سمع أو لم يسمع عن تفكير الحكومة في إصدار قانون جديد ينظم ملكية الأرض الزراعية وإيجارها. ورغم أن ١ر٤٧٪ لم يسمعوا عن الموضوع شيئا إلا أن الباحثين الميدانيين واصلوا تطبيق الاستمارة.

والملاحظ أن صياغة السؤال الأول تحمل الاستطلاع صفة رسمية حيث يبدأ بتعبير "الحكومة بتفكر تصدر قانون جديد"، ومثل هذه الصيغة من المحتمل أنها قد أثارت شكوكا ومخاوف لدى بعض المبحوثين.

جـ- كان من الأفضل إضافة بند "لا أعرف" للسؤال الرابع، وبند "أخرى تذكر" للسؤال الخامس المخصص للذين وافقوا على ضرورة أن تصدر الحكومة قانونا جديدا، ولا سيما أن السؤال السادس الذي خصص لمن رفضوا إصدار قانون جديد يتضمن في بنوده "أخرى تذكر".

د- إن بنود السؤال السادس والثلاثين وبنود إجابته تضمنت تقديرات ونسبا يصعب علي أغلبية العينة (أغلبية العينة تتكون من أميين ويقرءون ويكتبون) إدراك أبعادها (انظر نص الاستمارة، ملحق رقم ٣) ورغم هذه الصعوبة، إلا ان بنود الإجابة لم تتضمن بند ؟" لا أعرف"، أو بند "أخرى تذكر".

٤- تطبيق الاستمارة:

أجريت التجربة الاستطلاعية في ديسمبر ١٩٨٦، بينما طبقت الاستمارة بعد تعديلها خلال شهري يناير وفبراير عام ١٩٨٧ على عينة من ١٥٠٠ مفردة، بواقع ١٢٥ مفردة في كل قرية من القرى التسع التي اختيرت لإجراء الدراسة الميدانية.

أما تجربة الثبات فقد أجريت بعد حوالي شهر من التطبيق الميداني.

ولعل من أبرز إيجابيات هذا الاستطلاع أنه استعان بمجموعة من الباحثين الميدانيين الأكفاء، الذين لهم خبرة سابقة في العمل الميداني داخل القرية، كما

نظمت لهم عدة لقاءات لشرح وتوضيح أبعاد موضوع الاستطلاع والمفاهيم الأساسية داخل الاستمارة، وكذلك تدريبهم على ملء البيانات والتعامل مع المبحوثين (٩٠).

ومن المحتمل أن الثقة في خبرة الباحثين الميدانيين وكفاءتهم كانت وراء عدم إجراء مراجعة ميدانية، وهي خطوة لا غنى عنها مهما بلغ مستوى خبرة وكفاءة الباحثين الميدانيين، إذ إن عدم القيام بها يؤدي إلى أخطاء، وهو ما حدث بالفعل حيث اضطرتهيئة الاستطلاع إلى استبعاد ٣١ استمارة أثناء المراجعة المكتبية لعدم صلاحيتها.

وإلى جانب المراجعة الميدانية، يلاحظ الباحث طول الفترة التى استغرقها التطبيق الميداني، وهو أمر يتناقض مع الخطوات والإجراءات المنهجية المتعارف عليها في قياس الرأي والتي تستدعي السرعة، نظرا لأن الرأي العام أو رأي قطاع من الجمهور قد يتغير خلال عدة ساعات أو أيام أو أسابيع بحسب طبيعة موضوع الاستطلاع وسياقه، من هنا ربما يصح التساؤل حول أسباب طول الفترة الزمنية التي استغرقها التطبيق الميداني، رغم أن هيئة الاستطلاع ذكرت أن ضيق الوقت كان أحد أسباب اعتمادها على عينة حصصية، وهل طول الفترة الزمنية يرتبط بكون هيئة الاستطلاع لا تمتلك مفهوما محددا للرأي لا يختلف عن الاتجاه الأكثر ثباتا؟ وهل سعت هيئة الاستطلاع حقيقة إلي التعرف على الرأي أم مجرد إجراء دراسة ميدانية.

٥- تحليل البيانات:

استخدمت هيئة البحث أسلوبا إحصائيا بسيطا في تحليل البيانات يعتمد على استخراج جداول تكرارية بسيطة ونسبة مئوية سواء في عرض خصائص العينة أو

استجابة مفردات العينة لكل سؤال من أسئلة الاستمارة.

وقد ساعد هذا الأسلوب البسيط على تقديم عرض واضح لأبعاد الموضوع مدعوم بعدد كبير من الجداول الإحصائية، لكن ربما كان من الأفضل استخدام مقاييس ومؤشرات إحصائية أخري تبرز علاقات الارتباط بين بعض شرائح العينة واتجاهاتها نحو موضوع الاستطلاع، مثل العلاقة بين أغلبية المستأجرين وموقفهم من مشروع القانون.

٦- عرض النتائج:

اتسم التقرير النهائي بالعمق والشمول حيث قدم في لغة تقريرية رصينة أبعاد موضوع الاستطلاع وأهميته والجوانب التاريخية المرتبطة بقوانين تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر، ثم عرض للإجراءات المنهجية التي اتبعت في اختيار العينة وتصميم الاستمارة، وتجربتها، ثم اختيار وتدريب الباحثين الميدانيين، وتوقيت التطبيق الميداني، ثم تجربة الثبات.

واهتم التقرير بالعرض التفصيلي الواضح وغير المتحيز لخصائص العينة ولنتائج الاستطلاع من خلال ثلاثة محاور. يختص الأول بالنتائج المتعلقة بالقيمة الايجارية، والثاني بعلاقة المالك بملكيته المؤجرة، والثالث بتقييم العينة لمشروع القانون ككل. وتتفق هذه المحاور مع أسئلة وتوجهات الاستمارة وتسلسلها المنطقي.

وفي الأخير تضمن التقرير مناقشة ختامية مختصرة، مع ملحق شامل لبنود الاستمارة ولعدد من جداول البحث التفصيلية.



مراجع وهوامش الفصل الثالث

(١) يعيش ثلثا البشر في دول الجنوب، منهم بليون نسمة في فقر ويصارعون للبقاء على قيد الحياة بأقل من ٣٧٠ دولارا سنويا، وعانى اقتصاد أغلب دول الجنوب من تباطؤ النمو في التسعينيات والتبعية للخارج.

- لمزيد من التفاصيل انظر:-

تقرير عن التنمية في العالم، ١٩٩٠: الفقر، مؤشرات التنمية الدولية (البنك الدولي للإنشاء والتعمير، ترجمة مركز الأهرام للترجمة والنشر، الأهرام ١٩٩٠) ص ١٧٠ – ١٧٦.

(٢) حامد ربيع، نظرية الرأي العام (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، د.) ص ٢٥٣.

(٣) أماني قنديل، وسائل الإعلام وظاهرة الرأي العام في الدول النامية، رؤية سياسية لفاعلية العلاقة، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، ص ١٢٨- ١٦٢.

(٤) ناهد صالح، إمكانية قياس الرأي العام في الدول النامية، مرجع سابق، ص ١٠٣ – ١٢٧.

(٥) حسن حنفي، مقدمة في علم الاستغراب (القاهرة: الدار الفنية، ١٩٩١) ص ٣٩ – ٤٠.

(٦) ناهد رمزي، مرجع سابق، ص ١١٥ – ١١٦.

(٧) Francus Fukuyama, end of History, National inter, No, 16, summer, 1988, PP.3 –18.

(٨) مارك بلاتنر، الديمقراطية الكتاب الأول (القاهرة: مركز دراسات التنمية السياسية والدولية، الصحفيون المتحدون، ديسمبر ١٩٩١) ص ٢٩ – ٤٠.

(٩) Martin Albrow, Globalization, knowledge and society (eds) martin Albrow and Elizabeth King, Golobalization, Knowledge and society (London: sage Bublications, 1990) PP, 8 – 12.

(١٠) أنور عبد الملك، تغيير العالم، سلسلة عالم المعرفة (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨٥) ص ٢١٦.

(١١) قبل ظهور هذه المراكز اعتمدت الحكومات في دول الجنوب على الأجهزة السرية أو الأمنية في رصد آراء الجمهور بالاعتماد على الملاحظة وكتابة التقارير وجمع آراء النخبة، ولا تزال بعض الحكومات في عالم الجنوب تعتمد على هذه الطرق.

(١٢) ناهد صالح، اللارأي في قياسات الرأي العام بالدول النامية المجلة الاجتماعية القومية، المجلد ١٧، العدد الأول، يناير ١٩٨٠ ص ٣ –٢٩.

(١٣) عواطف عبد الرحمن، رؤية نقدية لاستطلاعات الرأي العام في العالم الثالث، نموذج تطبيقي للعالم العربي، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ١٨٥ – ٢٠٥.

(١٤) Les Bogart, No opinion, don`t know and may be no Answer, Public opinion quarterly, Vol. 31, 1967, pP. 331 – 345.

(١٥) أماني قنديل، وسائل الإعلام وظاهرة الرأي العام في الدول النامية، رؤية سياسية لفاعلية العلاقة، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ١٢٨ – ١٦٢.

(١٦) لمزيد من التفاصيل انظر:-

- ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق.
- حامد ربيع، مرجع سابق.

Les Bogart, No opinion, Don`t know and May Be No Answer, op, cit, PP. 331 – 345.

(١٧) كمال المنوفي، الرأي العام في الدول النامية بيئته ومشاكل قياسه، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق ص ١٨٠.

(١٨) صلاح قنصوه، في الاتجاهات العامة للناقشة في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ٣٢٦.

(١٩) السيد ياسين، في الاتجاهات العامة للمناقشة، المرجع السابق ص ٣٢٩ – ٣٣٠.

(٢٠) ناهد صالح، في الاتجاهات العامة للمناقشة، المرجع السابق، ص ٣٣٠.

(٢١) Stansfild Turner, intelligence for a new world qrder, foreign affairs, vol. 70, No. 4, fall 1991, pp. 27 – 43.

(٢٢) يحيي أبو بكر، حاضر قياس الرأي العام، ومستقبله في مصر في ندوة قياس الرأي العام، مرجع سابق، ص ٦٠ – ٧٩.

(٢٣) سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٤) ص ٣٥٦.

(٢٤) George Callup, Do polls Tell The Story, op, cit, P. 31.

(٢٥) الأهالي ٥/٥/ ١٩٨٧.

(٢٦) مجموعة باحثين، التقرير الاستراتيجي العربي لعام ١٩٨٧، (القاهرة:مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ١٩٨٨) ص ٣٢٠ – ٣٢٦.

(٢٧) سوسن مشرفة، الاتجاهات العامة للمناقشة، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ٣١٩ – ٣٢٠.

(٢٨) يحيي أبو بكر، مرجع سابق، ص ٦٠ – ٧٩.

(٢٩) علاوة على تقارير إدارة الرأي بمصلحة الاستعلامات، اعتمدت مؤسسة الرئاسة والحكومات المتعاقبة على تقارير بعض الأجهزة الأمنية عن الرأي العام، كما أن بعض المستويات التنظيمية في الاتحاد الاشتراكي العربي (التنظيم السياسي في الستينيات) ومنظمة الشباب كانت تكلف بكتابة تقارير مماثلة عن آراء الجمهور واتجاهات الرأي العام، ولا تتوافر معلومات كافية عن هذه الأنشطة، لكن يمكن القول بأن الطابع الأمني أو السياسي كان يغلب على هذه التقارير، كما أنها لم تستخدم أساليب علمية في التعرف على الرأي العام.

(٣٠) وحدة بحوث الرأي العام والإعلام، بحث التليفزيون العربي، الجزء الاول (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٦٤) ص ١٤.

(٣١) المرجع السابق، ص ١٥.

(٣٢) المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية في اثني عشر عاما. ١٩٦٧ – ١٩٦٩ (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٧٠) ص ٧٥.

(٣٣) ناهد صالح، تصميم عينة دائمة لبحوث الرأي العام، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد ١٥، العدد الثاني – الثالث، ١٩٧٨، ص ٣ – ٢٦.

(٣٤)، اتحاد الإذاعة والتليفزيون، الكتاب السنوي ٩١/ ١٩٩٢، ص ٢٦١ –

(٣٥) ٢٦٤.

(٣٦) ناهد رمزي، مرجع سابق، ص ١٤٥.

(٣٧) تكاد تنطبق هذه الصفات علي عمل بعض الهيئات والمؤسسات الحكومية العاملة في مجال تنظيم الأسرة والسكان والتعليم والتي تهتم أحيانا باستطلاع آراء الجمهور حول بعض القضايا التي تدخل في مجال عملها.

(٣٨) يحيي أبو بكر، مرجع سابق، ص ٦٠ – ٧٨.

(٣٩) اتحاد الإذاعة والتليفزيون، الكتاب السنوي ١٩٩٢/٩١، ص ٢٦١، ٢٦٣.

(٤٠) المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، جهاز قياس الرأي العام في ثلاث سنوات (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٧٩).

(٤١) لمزيد من التفاصيل انظر:-

علي الدين هلال، مصطفي كامل السيد، أكرم بدر الدين، تجربة الديمقراطية في مصر ١٩٧٠ - ١٩٧١ (القاهرة: المركز العربي للبحث والنشر، ١٩٨٢).

(٤٢) كلمة رئيس المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية في افتتاح ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ٥ - ١٠.

(٤٣) ناهد رمزي، محاولة علمية لدراسة الرأي العام في مصر، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ١٤ - ٥٩.

(٤٤) صفوت فرج، الاتجاهات العامة للمناقشة، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ٣١٧.

(٤٥) ناهد رمزي، المرجع السابق.

(٤٦) لمزيد من التفاصيل حول الوضع القانوني للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية منذ صدور القانون رقم ٦٣٢ لسنة ١٩٥٥ بإنشاء المعهد القومي للبحوث الجنائية، ثم قرار رئيس الجمهورية بالقانون رقم ٢٢١ لسنة ١٩٥٩ بإعادة تنظيم المعهد القومي للبحوث الجنائية وإنشاء المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ثم قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٠٢ لسنة ١٩٦٩ باعتباره هيئة عامة.

انظر: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية في اثني عشر عاما ١٩٥٧ - ١٩٦٩، مرجع سابق، ص ص ٩٦ - ٩٧.

(٤٧) من بين هذه الشركات نشير على سبيل المثال: المركز المصري لقياس الرأي العام EPOC الذي أسسه ويديره الدكتور فرج الكامل، ومكتب الوفائي وشركاه، (مستشارون في البحوث والإعلان والنشر) الذي يديره الدكتور محمد الوفائي، ودار القمم للإعلام والتي يديرها الأستاذ مرسي سعد الدين.

(٤٨) يحيي أبو بكر، مرجع سابق، ص ٦٠ – ٧٨.

(٤٩) إضافة إلي هذه الاستطلاعات قام الجهاز باستطلاعينتدريبيين الأول عن اتجاهات الأفراد نحو الإنجاب في يناير ١٩٧٧، والثاني عن الاتجاه نحو العمل في البلاد العربية في مارس ١٩٧٧. كما قام بترجمة وتطبيق استمارة استطلاع رأي القيادة وصناع القرار والخبراء حول النظام الاقتصادي الدولي الجديد، وذلك ضمن مشروع نظمته هيئات دولية مختلفة، وطبق في ٢٠ دولة كان من بينها مصر.

لمزيد من التفاصيل انظر:-

- ناهد رمزي، محاولة عملية لدراسة الرأي العام في مصر، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ١٤ – ٥٩.
- ناهد رمزي، الرأي العام وسيكولوجية السياسة، مرجع سابق، ص ٢٢٣ – ٢٢٤.

(٥٠) لم تنشر خلال عامي ١٩٨٩، ١٩٩٠ استطلاعات أخرى.

(٥١) مقابلة مع ناهد رمزي نائب رئيس جهاز قياس الرأي العام في ١٩٩٣/٢/٢٧.

(٥٢) قام بكتابة التقرير ناهد رمزي، د. محمد سلامة آدم، د. شاكر عبد الحميد سليمان، د. عادل عبد الرازق تحت إشراف أ. د. أحمد خليفة.
ونشرت نتائج هذا الاستطلاع في شكل خبر على عمود نشر في الصفحة الأولى بالأهرام في ٢٨/ ١٢/ ١٩٧٧، بينما وزع التقرير النهائي في صورته النهائية علي نطاق محدود.

(٥٣) لمزيد من التفاصيل انظر:-
علي الدين هلال، مصطفى كامل السيد، أكرم بدر الدين، مرجع سابق.

(٥٤) مقابلة مع ناهد رمزي نائب رئيس جهاز قياس الرأي العام سابقا في ١٩٩٣/٢/٢٧.

(٥٥) صفوت فرج، الرأي العام في الدول النامية، عرض نقدي للنموذج المصري، لويس كامل مليكة، قراءات في علم النفس الاجتماعي في الوطن العربي، المجلد الرابع (القاهرة: الهيئة العامة فلكتاب، ١٩٨٥) ص ٣٧٣ – ٣٩٨.

(٥٦) جهاز قياس الرأي العام، اتجاهات الرأي العام نحو زيارة السادات إلى القدس (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٧٧) ص ٨.

(٥٧) يذكر التقرير النهائي للاستطلاع أن العينة موزعة على المناطق الجغرافية المختلفة لمدينة القاهرة، ثم يذكر في موضع آخر أن الاستطلاع أجري على محافظتي القاهرة والجيزة، لكن ناهد رمزي نائب رئيس جهاز قياس الرأي العام سابقا، أكدت أن العينة كانت موزعة على أحياء بمدينة القاهرة تتبع إداريا محافظتي القاهرة والجيزة ولم يشمل ريف محافظة الجيزة.

(٥٨) اتجاهات الرأي العام نحو زيارة السادات إلى القدس مرجع سابق، ص ٦.

(٥٩) ناهد صالح، تصميم عينة دائمة لبحوث الرأي العام، مرجع سابق، ص ٣ – ٢٦.

(٦٠) اتجاهات الرأي العام نحو زيارة السادات للقدس، مرجع سابق، ص ٩ – ١٠.

(٦١) انظر نص استمارة استطلاع اتجاهات الرأي العام نحو زيارة السادات إلى القدس، ملحق رقم (١).

(٦٢) قسم بحوث وقياسات الرأي العام، استطلاع الرأي، نخبة من المثقفين المتخصصين في استطلاعات الرأي العام السياسية التي أجريت في مصر، الاستطلاع الأول، اتجاهات الرأي العام نحو زيارة السادات إلى القدس، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، مارس ١٩٩٣.

(٦٣) اتجاهات الرأي العام نحو زيارة السادات للقدس، مرجع سابق، ص ٨.

(٦٤) مقابلة مع ناهد رمزي مصدر سابق.

(٦٥) اتجاهات الرأي العام نحو زيارة السادات للقدس، مرجع سابق، ص ٢٦.

(٦٦) طبع التقرير ووزع على نطاق محدود، وقد تمكن الباحث بحكم عمله في المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية من الحصول عليه.

(٦٧) الأهرام في ١٩٧٧/١٢/٢٨.

(٦٨) اشترك في هذا الاستطلاع د. ناهد رمزي، زينب شاهين، أماني قنديل، شاكر عبد الحميد سليمان، سميحة نصر، مني علي يوسف، عمر بن الخطاب خليل، تحت إشراف أ. د. أحمد خليفة، وكانت الاستشارة الفنية للدكتور إبراهيم العيسوي والمعالجات الإحصائية لعادل عبد الرازق سلطان، وأجري الاستطلاع تحت إشراف أ. د. أحمد خليفة.

(٦٩) جهاز قياس الرأي العام، استطلاع للرأي العام حول قضية وصول الدعم إلى مستحقيه (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، يوليو ١٩٨٢) ص ٢٢ – ٢٣.

(٧٠) المرجع السابق، ص ٦.

(٧١) Martin Roiser, commonsense, science and public opinion, Journal for the theory of social behaviour, vol , 17, No, 4 December, 1987, PP, 411 – 432.

(٧٢) جهاز قياس الرأي العام، استطلاع للرأي العام حول قضية وصول الدعم إلى مستحقيه، مرجع سابق، ص ٢٩.

(٧٣) المرجع السابق، ص ٢٤ – ٢٥.

(٧٤) انظر نص استمارة استطلاع للرأي العام حول قضية وصول الدعم إلى مستحقيه، ملحق رقم (٢).

(٧٥) المرجع السابق، ص ٢٥ – ٢٦.

(٧٦) مقابلة مع ناهد رمزي نائب رئيس جهاز قياس الرأي العام في ١٩٩٣/٢/٢٧.

(٧٧) جهاز قياس الرأي العام، استطلاع للرأي العام حول قضية وصول الدعم إلى مستحقيه، مرجع سابق، ص ٦٤.

(٧٨) انظر نص استمارة الاستطلاع للرأي حول قضية وصول الدعم إلى مستحقيه ملحق رقم (٤).

(٧٩) أماني قنديل، استطلاع للرأي عن مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر في الأراضي الزراعية (مشروع قانون ١٩٨٦) (القاهرة: المركز لقومي للبحوث الاجتماعية، ١٩٩١) ص ١.

(٨٠) المرجع السابق، ص ٢.

(٨١) يذكر التقرير النهائي أن هيئة البحث قامت بمراجعة البحوث السابقة حول الموضوع، ومتابعة الصحافة المصرية، حيث تم حصر معظم ما نشر في الصحف القومية والمعارضة والمجلات الأسبوعية حول المسألة الزراعية، وتنظيم العلاقة بين الملاك والمستأجرين.

ولم يذكر التقرير شيئا عن تناول الإذاعة والتليفزيون للموضوع. المرجع السابق، ص ١٩.

(٨٢)، المرجع السابق، ص ١٦.

(٨٣)

(٨٤) المرجع السابق، ص ١٤.

(٨٥) المرجع السابق، ص ١٥، ص ١٧.

(٨٦) لا يوضح التقرير النهائي هذه الطريقة، إلا أن ملخص التقرير المنشور في المجلة الاجتماعية عدد مايو ١٩٨٧، يذكر أن هذه الطريقة "تعتمد على استخدام خريطة المحافظة في رسم مثلث، وتشمل أضلاعه الثلاثة أكبر عدد من المراكز، ثم اختيار المراكز الثلاثة التي تقع في أنصاف زواياه الثلاث وذلك لضمان الشمول".

أماني قنديل، استطلاع للرأي عن مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر في الأراضي الزراعية، المجلة الاجتماعية القومية المجلد الرابع والعشرين، العدد الثاني، مايو ١٩٨٧، ص ص ٤٣ – ٧٧.

(٨٧) المرجع السابق، ص ١٥، ص ١٧.

(٨٨) أماني قنديل مرجع سابق ص ٢٥ – ٢٩.

(٨٩) انظر نص استمارة استطلاع للرأي عن مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر في الأراضي الزراعية ملحق رقم (٣).

(٩٠) المرجع السابق، ص ٢٢.

الخاتمة

خلصت الدراسة إلى أن الأطر النظرية الخاصة بتحديد مفهوم الرأي العام وعملية تكوينه ومكوناته وتأثيره محدودة للغاية، كما لم تشهد تطورات كبيرة أو تحولات مهمة منذ بداية الدراسات النظرية عن الرأي العام في أواخر القرن الماضي وأوائل القرن الحالي، وربما يرجع ذلك إلى الطبيعة المركبة والمعقدة للرأي العام وجوانبه المختلفة، وكونه موضوعا لاهتمام باحثين من كافة التخصصات في العلوم الاجتماعية، تعامل كل فريق منهم مع الرأي العام من زاوية تخصصه الضيق، ومن ثم عجزوا عن توحيد جهودهم واستخدام مدخل تكامل في دراسة الرأي العام.

ورغم محدودية المفاهيم والأطر النظرية تطور الاهتمام باستطلاعات الرأي العام، وشعر المشتغلون في هذا المجال بالرضا عن نتائج اعمالهم سواء في قياس آراء الناخبين أو المستهلكين، وأصبح قياس الرأي العام أو آراء الجمهور مهنة وصناعة رابحة، وفي هذا السياق استمر تراجع الاهتمام بالدراسات النظرية، وغلب الطابع الأمريكي على الأدبيات المتوافرة حول الرأي العام وعملياته المختلفة، الأمر تيسير تساؤلات إمكانية تعميمها ويضع قيودا على استخدامها في مجتمعات تنتمي لعالم الجنوب، ومن بينها المجتمعات العربية.

ومن تحليل أدبيات الرأي العام تبين أنها تستمد المفاهيم الأساسية والأطر النظرية من أربعة نماذج إرشادية Peradigm تسود في العلوم الاجتماعية، وهي النموذج المعرفي، والنموذج الوظيفي، ونموذج التفاعلية

الرمزية، ونموذج التغيير الإنسان (النقدي الجديد) وقد اثرت هذه النماذج الأساسية في محاولات تعريف الرأي العام وعملية تكوينه وتأثيره وأساليب وطرق قياسه، لكن يلاحظ أن:

١- أن أغلب أدبيات الرأي العام وطرق قياسه قد اعتمدت على نموذج إرشادي واحد، دون أن تشير إلى بقية النماذج الأخرى أو تهتم بمناقشتها، وقد أنحصر اهتمام معظم بحوث ودراسات الرأي العام بنموذجين إرشاديين فقط هما: النموذج المعرفي، والنموذج الوظيفي اللذان يهدفان إلى دراسة عمليات الرأي العام وتأثيره في المجتمع وأساليب قياسه في إطار الأوضاع المجتمعية المحلية والدولية القائمة، والعمل علي الحفاظ عليها.

٢- أن بعض المفاهيم والأطر النظرية التي ظهرت في مجال الرأي العام قد تأثرت بأكثر من نموذج إرشادي، ومع ذلك فإن بعض الباحثين ومعظم الباحثين العرب لا يدركون هذه الحقيقة، رغم استخدامهم لمسلمات وفرضيات من هذه النماذج، بل يستخدمون كل هذه المسلمات والفرضيات بطريقة عشوائية وبدون تنظيم فيما بينهما، الأمر الذي يقود إلى مزيد من الخلط والاضطراب في مجال بحوث الرأي العام وعملياته المختلفة.

٣- ضعف اهتمام دراسات وبحوث الرأي العام بنموذجي التفاعلية الرمزية والنموذج النقدي، حيث تقل بدرجة محدودة استخدامات مسلمات ومفاهيم النموذجين.

٤- إن الاختلاف بين الباحثين والمهتمين بقياسات الرأي العام يرجع إلى اختلاف وتباين النماذج الإرشادية التي يعود إليها كل منهم، بعبارة

أخري ينعكس اختلاف وتباين النماذج الإرشادية علي الموقف من إمكانية قياس الرأي العام وجدوي هذه العملية، وهل القياس هو قياس الرأي العام أم أن الرأي العام شيء وقياسه شيء آخر، بمعني هل استطلاعات الرأي تقيس الرأي العام أو لا تقيسه علي الإطلاق أو تقوم بتزييفه.

٥- نمو بعض محاولات التقريب بين النماذج الإرشادية الأربعة في مجال دراسة الرأي العام وبخاصة عملية تكوين الرأي العام. فقد تزايد الميل نحو الدمج والتآلف بينها، لكن الملاحظ أن محاولات الدمج والتقريب بين النماذج الإرشادية الأربعة لا تسير علي وتيرة واحدة، إذ ظل نموذج التغيير الإنسان متميزا ومستقلا بذاته، ومركزاً علي دوره النقدي، بينما كانت عمليات الدمج والتآلف ناجحة إلى حد كبير بين النماذج الثلاثة الأخرى.

وإذا انتقلنا إلى الكتابات النظرية العربية في مجال الرأي نجد أنها محدودة للغاية، ويعاني معظمها من التبعية للأدبيات الغربية، وخاصة التبعية للنموذجين المعرفي والوظيفي، مع إهمال بقية النماذج الإرشادية، ويمكن القول أن أغلب الكتابات النظرية العربية تندرج في إطار الترجمات، ويبدو ذلك طبيعيا في ضوء عدم توافر قياسات للرأي العام، بل وجود ضوابط وقيود قانونية وسياسية وأمنية علي إمكانية ظهور رأي عام حر وواع في معظم الأقطار العربية.

ولاشك أن غياب الديمقراطية وضعف قيم ومؤسسات المجتمع المدني في الوطن العربي وهيمنة الدولة علي وسائل الإعلام، علاوة علي انتشار الأمية بأنواعها سيعرقل ظهور رأي عام حر علي المستوي القطري

أو القومي، وبالتالي من الصعب تصور ازدهـــار الجهــود النظريـــة أو العمليـــة في مجال دراسة وقياس الرأي العام في الوطـــن العربـــي.

وتتبني الدراسة مفهوما للرأي العـــام بوصفـــه وعـــي أغلبيـــة الجمهـــور في زمان ومكان محددين بقضية أو أكثر تكـــون موضـــع خـــلاف ونقـــاش عـــام وصراع لأنها تمس المصالح الماديـــة أو الثقافيـــة لأغلبيـــة الجمهـــور. ورغـــم جوانب القوة التي يتضمنها هذا المفهوم إلا أنه ينطـــوي علـــي صعوبـــة تحديـــد ما المقصود بالوعي وما هي شروط تحقيقه، وخاصـــة أن تشـــكل حالـــة وعـــي عام بين أغلبية المواطنين هو أمـــر نـــادر، ولا يعنـــي هـــذا عـــدم ظهـــور رأي عام حر، لكنه يعني فقط أنه مـــن الصعـــب أو النـــادر ظهـــور رأي عـــام حـــر تجسده أغلبية واعيه, ومثل هذا الرأي العـــام الحـــر قـــد يعـــبر عـــن نفســـه أو تقمعه الحكومات والقـــوي الاجتماعيـــة المســـيطرة، بعبـــارة أخـــري إن الـــرأي العام كظاهرة اجتماعية يرتبـــط وجـــودا أو عدمـــا بمقومـــات وشـــروط وعـــي أغلبية المواطنين بغض النظر عما إذا أتيحت له فـــرص التعبـــير عـــن وجـــوده والتأثير في المجتمـــع.

وبالنسبة لاستطلاعات الـــرأي العـــام فقـــد خلصـــت الدراســـة إلـــى أن الطابع الأمريكي المؤثر والمســـيطر علـــي بحـــوث الـــرأي العـــام يتجلـــي فـــي أوضح وأقوي مظاهره في مجال اســـتطلاعات الـــرأي العـــام، حيـــث ارتبطـــت نشـــأة وتطـــور الأطـــر النظريـــة والإجـــراءات والأدوات المنهجيـــة بأوضـــاع واحتياجـــات المجتمـــع الأمريكـــي ونظامـــه السياســـي والاقتصـــادي، وقـــامت الشركات الأمريكية التـــي تعمـــل فـــي مجـــال الاســـتطلاعات بنشـــر وتدويـــل أساليب وإجراءات قياس الـــرأي العـــام، دون مراعـــاة للفـــروق الثقافيـــة بيـــن

المجتمعات، ودون تحديد أو تمييز بين الاستطلاعات السياسية ومسوح التسويق والإعلان والعلاقات العامة.

وقد دار جدل ونقاش مازال مستمرا حول جدوى الاستطلاعات – و-لاسيما السياسية – وقد كشفت الدراسة أن هذا الجدل لا يدور بين مؤيدين ومعارضين لإجراء الاستطلاعات، وخاصة السياسية، بل يدور بين أربعة مواقف.

الأول: يقوم علي رفض فكرة استطلاع الرأي شكلا وموضوعا وتحت أي ظروف، بينما يوافق اصحاب الموقف **الثاني:** علي الاستطلاعات لكن بشروط، وبعد توفير عدد من الضمانات حتي لا يساء استغلال الاستطلاعات. وقد تأثرت هذه المواقف ببعض مسلمات ومقولات النماذج الإرشادية في مجال دراسة الرأي العام.

أما الموقف **الثالث:** فيشمل المتحمسين للاستطلاعات وأغلبهم من المشتغلين بمهنة قياس الرأي، وأخيرا يأتي الموقف الرابع: والذي وصفه الباحث بالموقف العملي أو البرجماتي لأنه يرى أن الاستطلاعات بكل إيجابياتها وسلبياتها أصبحت حقيقة، وصناعة، وأداة لمعرفة الآراء لا يمكن التفريط فيها.

ويستخدم أصحاب المواقف الأربعة حججا وبراهين متباينة، كما يتفقون – بدرجات مختلفة – علي ضرورة تطوير أساليب القياس والالتزام بالمواثيق والقواعد المهنية للحيلولة دون إساءة استخدام استطلاعات الرأي، لكننا نعتقد أن إشكاليات استطلاعات الرأي العام لا تقتصر علي سوء الاستخدام، بل تتصل بقصور عملية القياس ذاتها والأدوات والإجراءات المستخدمة – وخاصة إستمارة المقابلة – والمشكلات التي تواجه القياس

في العلوم الاجتماعية. وأكدت الدراسة أن إجراءات وأساليب استطلاع الرأي الخاصة بإختيار موضوع وتوقيت إجراء الاستطلاع، وتحديد حجم العينة، ونوع الأسئلة وترتيبها، وخطة العمل الميداني، وكفاءة الباحثين الميدانيين، وأسلوب التحليل الإحصائي، وطريقة تصنيف وتحليل البيانات، وعرض النتائج. كل هذه الإجراءات والأساليب عرضه للتحيز المقصود أو غير المقصود، ولا سيما أنها تخضع وتتأثر باعتبارات سياسية ، إضافة إلى عنصري الوقت والتمويل، كما أن القواعد والمواثيق المهنية لا تحترم، وقد صيغ بعضها بطريقة تسمح بتدخل الجهة الممولة وربما هيمنتها.

إن إشكاليات القياس ومخاطر التحيز في الخطوات والإجراءات المنهجية المتبعة في استطلاعات الرأي، تساعد علي القول بضرورة إعادة النظر في النموذج المثالى لقياس الرأي العام الذي يتبناه ويروج له الاتجاه المتحمس لاستطلاعات الرأي العام، والذي ينطلق من مسلمة إمكانية القياس الدقيق والموضوعي للرأي العام، وأن الرأي العام كما تقيسه استطلاعات الرأي العام هو نبض الديمقراطية وفق مقولة جالوب الشهيرة.

ويتحفظ الباحث علي صحة مقولة جالوب، ويدعو إلى مراجعة النموذج المثالى لقياس الرأي العام وموضوعية الاستطلاع وذلك بهدف التأكيد علي أمرين:-

الأول : نسبية نتائج استطلاعات الرأي العام، بمعني الحد من الثقة في دقة وموضوعية أدوات وإجراءات القياس ونتائجها، والنظر إليها كمؤشرات عامة لا تخلو من قصور معرفي، وتحيزات غير مقصودة أو مقصوده بهدف خدمة قوى اجتماعية أو حكومات مسيطرة علي المجتمع الذي يجري فيه الاستطلاع.

الثاني : أن أدوات وإجراءات قيـــاس الـــرأي علـــي مـــا يعتريهـــا مـــن نقـــص ويشوب استخدامها من تحيز لا تقيس دائما الرأي العام، بـــل تقيـــس فـــي أغلـــب الحالات نتاج عمليات توجيه وتزييف الوعي التـــي تضطلـــع بهـــا علـــي نحـــو منظم ومؤسس الحكومات والشـــركات المتعـــددة الجنســـية والقـــوي الاجتماعيـــة والاقتصادية المســـيطرة.

إن ما يعرف بخصوصية عملية تكوين الـــرأي العـــام وقياســـه فـــي دول الجنوب عامة ومصـــــر خاصـــة، ترجـــع إلـــى اختـــلاف الظـــروف التاريخيـــة والأوضاع المجتمعية والسياسية في دول الجنـــــوب مقارنـــة بـــالدول الصناعيـــة المتقدمة. ورغم اتفاق الباحثين علي هذه الاختلافات فـــإن هنـــاك نظـــرة ســـلبية للرأي العام في دول الجنـــوب تنفـــي وجـــوده أو تشـــكك فـــي إمكانيـــة قياســـه، ويرى الباحث أن أزمة تلـــك النظـــرة تتلخـــص فـــي الاعتمـــاد علـــي الأطـــر النظرية والخبرات العملية السائدة في الغرب للحكـــم علـــي الـــرأي العـــام فـــي دول الجنوب، أي أن هذه الأطـــر النظريـــة والخـــبرات العمليـــة تصبـــح هـــي النموذج الذي يجب أن يحتـــذى دون مراعـــاة لاختـــلاف الظـــروف التاريخيـــة والأوضـــاع المجتمعيـــة فـــي دول الجنـــوب أولا، وأزمـــــة تلـــك الأطـــــر والممارسات العملية في المجتمعات الغربيـــة ثانيـــا.

بعبارة أوضح لا يمكن التسليم بفرضيـــة توافـــر الحريـــة المطلقـــة فـــي تشكيل الرأي العام حتي في الدول الرأســـمالية المتقدمـــة، وبالتـــالي مـــن غـــير المنطقي تقييم اســـتطلاعات الـــرأي العـــام فـــي دول الجنـــوب – حيـــث تبتعـــد أغلب نظمها السياسية عـــن النمـــوذج الليـــبرالى الغربـــي بدرجـــات مختلفـــة – وفق أسس ومعايير النموذج الليبرالى فـــــي صورتـــه المثاليـــة النقيـــة التـــي

لا يعمل بها حتي في المجتمعات الغربية المعاصرة، علاوة علي الاختلافات التاريخية والثقافية بين دول الشمال والجنوب.

من جانب آخر فإن النموذج الليبرالى قد ارتبط من الناحية التاريخية بالتطور الرأسمالى، كما أن أنتشار وتطور استطلاعات الرأي قد ارتبطت ببجوث السوق، وهي موضوعات لم تكن موضع انتباه الذين شاركوا في الجدل والنقاش الذي دار في مصر حول إمكانية إجراء قياسات للرأي العام.

لقد اتضح أن الاستطلاعات لا تقيس بالضرورة الرأي العام الحقيقي، وأن التعددية السياسية في المجتمعات الغربية لا تحول دون وجود قوى اجتماعية وسياسية مسيطرة علي الاقتصاد والسياسة والإعلام، تصوغ الرأي العام وفق مصالحها، وبالتالي تقيس استطلاعات الرأي عمليات تزييف الوعي، بيد أن الأوضاع السياسية في المجتمعات الغربية تسمح في بعض الحالات بظهور رأي عام متحرر من سيطرة هذه القوي، بينما من النادر أن يظهر الرأي العام الحر في مجتمعات الجنوب.

ولا يعني ذلك المساواة بين عمليات تقييد وتزييف الرأي العام في دول الجنوب ودول الشمال، كما لا يعني أنها مجرد اختلافات في الدرجة لا النوع، بل علي العكس يعتقد الباحث في عمق هذه الاختلافات ويقترح العمل لأنجاز ثلاثة أهداف هي:-

أ- تبني وتطوير منظور يعتمد علي النسبية الثقافية وبالتالي الحق في التعدد والاختلاف عن النموذج الليبرالى الغربي للرأي العام. ويفترض هذا المنظور أيضا عدم التسليم بموضوعية ودقة استطلاعات الرأي العام،

فثمة حدود وخصوصيات لدراسة الظواهر الإنسانية وقياسها سواء في دول الشمال أو الجنوب.

ب- تطوير فهم أدق وأشمل لطبيعة الرأي العام في دول الجنوب، وعوامل تكوينه، ومشاكل قياسه، والاختلافات بينه وبين الرأي العام في دول الشمال علي أسس من التعدد الثقافي الذي يسمح بوجود أكثر من نموذج لدراسة وقياس الرأي العام، أي رفض فكرة تعميم أو فرض النموذج الليبرالي في دراسة وقياس الرأي العام، والذي يعكس الأوضاع التاريخية والمجتمعية للدول الرأسمالية الغربية. ويتطلب ذلك الاجتهاد من أجل صياغة أطر ومداخل نظرية تراعي الخصوصية الثقافية لدول الجنوب.

جـ- توفير قاعدة وافية من المعلومات والبيانات عن الرأي العام في دول الجنوب تعتمد علي نتائج استطلاعات للرأي العام ومسوح اجتماعية تجري في ظروف بيئية مواتية، وإزاء أحداث مختلفة، وعبر فترات زمنية متصلة، مما يتيح اختبار صحة الفرضيات والأطر النظرية المقترحة، كما يسمح بالمقارنة مع النموذج الليبرالى الغربي الذي شيد علي قاعدة من المعلومات ونتائج استطلاعات ومسوح اجتماعية منذ ثلاثينيات هذا القرن.

في ضوء إشكاليات قياس الرأي العام، والأوضاع العامة في دول الجنوب، والتطور السياسي والاقتصادي للمجتمع المصري منذ السبعينيات ظهرت عدة مراكز وجهات تعمل أو تدعي قياس الرأي العام أهمها وأكثرها ألتزاما بالقواعد العلمية جهاز قياس الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية.

وبغض النظر عما حققته تلك المراكز والهيئات، فإن استطلاعات الرأي العام في مصر لم تتجاوز مرحلة البداية والتأسيس – رغم توافر الكفاءات والخبرات البشرية – كما أنها تواجه بثلاثة إشكاليات رئيسية مترابطة الأولي مدي التطور الديمقراطي في مصر وكفالة حقوق الإنسان وحرياته، حتي يمكن القول بإمكانية ظهور رأي عام حر وواع. أما الإشكالية الثانية فهي مدي استقلال مراكز وهيئات استطلاع الرأي عن الحكومة والمصالح الخاصة، وترتبط الإشكالية الثالثة بزيادة وتطور التسويق والإعلان، والاحتمالات القوية لزيادتها في السنوات القادمة نتيجة التحولات الاقتصادية باتجاه الاقتصاد الحر والخصخصة، وارتباط بعضها بالشركات المتعددة الجنسية.

من هنا تبدو الحاجة إلى وضع ضوابط وقواعد قانونية ومهنية لتنظيم إجراء قياسات الرأي العام في مصر، شرط ألا تحد من حرية الباحثين في اختيار الموضوعات وإجراء قياسات للرأي العام أو لآراء جماهير نوعية.

إن معظم الاستطلاعات التي قام بها جهاز قياس الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية حتي عام ١٩٩٠ تناولت موضوعات لم تشغل الجمهور أو تثير جدلا ونقاشا عاما، بل شغلت اهتمام شرائح أو فئات معينة، وبالتالي كانت تقيس في الغالب آراء أو اتجاهات، وكأن بعضها أقرب إلى الدراسات المسحية أو الوضعية، بجانب أنها لم تعتمد علي عينات قومية، كما لم تلتزم بكل الإجراءات والخطوات المنهجية المعمول بها في استطلاعات الرأي العام الغربية، والتي قام جهاز قياس الرأي العام علي اساس الألتزام بها.

وثمة نقاط قوة ونقاط وضعف وتحـــيزات مقصـــودة وغـــير مقصـــودة، ظهرت من خلال تحليل ثلاثة استطلاعات قـــام بهـــا الجهـــاز المذكـــور، وهـــي اتجاهات الرأي العام نحو زيـــارة الســـادات للقـــدس، واســـتطلاع لـــلرأي العـــام حول قضية وصول الدعم إلى مســـتحقيه، واســـتطلاع الـــرأي حـــول مشـــروع قانون تنظيم العلاقة بين المـــالك والمســـتأجر.

فلم يتبع الاستطلاع الأول الإجـــراءات والخطـــوات المنهجيـــة الخاصـــة باختياز الموضوع وتوقيته، ولم يراع الشروط الموضوعيـــة فـــي تمثيـــل العينـــة وصياغة الأسئلة، ويمكن القول أنـــه اجتهـــد فـــي قيـــاس مـــدي قـــدرة الســـلطة السياسية ووسائل الإعلام التابعة لها في تزييف الـــرأي العـــام المصـــري تجـــاه زيارة السادات للقدس، بل وصارت نتائج هـــذا الاســـتطلاع جـــزءا مـــن حملـــة كسب التأييد والترويج لهذه الزيارة، وخاصـــة أن النتيجـــة جـــاءت تـــأييد ١٠٠٪ من افراد العينة للزيارة، وهي نتيجة غـــير مســـبوقة فـــي تـــاريخ اســـتطلاعات الرأي.

أما استطلاع الرأي العام حول قضيـــة وصـــول الدعـــم إلـــى مســـتحقيه فقد وقع في خطأ اساسي هو اختيار عينة مـــن الجمهـــور العـــام لسـؤالها عـــن موضوع لم تسمع به أو تهتم بـــه رغـــم أنـــه يفـــترض مـــن الناحيـــة النظريـــة ارتباطه بمصالح أغلبية المجتمـــع. فقـــد ذكـــر ٦ر٥٩٪ مـــن العينـــة أنهـــم لـــم يسمعوا بموضوع الدعم، ومع ذلك لـــم يجـــر اســـتبعادهم، حيـــث قدمـــت لهـــم إستمارة الاستطلاع تعريفـــا مختصـــرا لموضـــوع الدعـــم، وجـــرى اســـتكمال تطبيق الإستمارة معهـــم كمـــا ركـــزت الإســـتمارة علـــي الحلـــول المقترحـــة، وأهملت الأسباب والنتـــائج.

وقد واجه أيضا الاستطلاع الثالث عن مشـــروع قـــانون تنظيـــم العلاقـــة بين المالك والمستأجر مشكلة عدم معرفة نســـبة كبـــيرة مـــن العينـــة بموضـــوع الاستطلاع، حيث ذكر ١ر٤٧٪ من العينـــة أنهـــم لـــم يســـمعوا عـــن موضـــوع الاستطلاع، وتكشف هذه المشـــكلة عـــن إهمـــال وســـائل الإعـــلام – وخاصـــة الإذاعـــة والتليفزيـــون – لموضوعـــات تمـــس مصـــالح أغلبيـــة المواطنيـــن أو قطاعات عريضة في المجتمع من ناحيـــة، وعـــدم إدراك البـــاحثين فـــي جهـــاز قياس الـــــرأي العـــام لهـــذه الحقيقـــة مـــن ناحيـــة ثانيـــة وبالتـــالي اختيـــارهم لموضوعات مهمة ومطروحة للنقاش في دوائـــــر المختصيـــن وبيـــن النخبـــة أو في الصحافة، غير أن حاجز الأمية ومحدوديـــــة الوعـــي يعـــوق دون وصولهـــا لأغلبية المواطنين رغم أنها تمس مصـــــالحهم الأساســـية.

الملاحق

١- ياترى انت موافق على زيارة السادات للقدس ؟

موافق جدا (١) موافق (٢)

غير موافق (٣) غير موافق على الاطلاق (٤)

لا رأى له (٥)

في حالة الموافقة بدرجاتها يسأل

٢- وموافق ليه ؟

- لتحسين الاحوال الاقتصادية لمصر (١)
- لإنهاء حالة الحرب (٢)
- للإستغناء عن دعم الدول العربية (٣)
- لأن المفاوضات المباشرة هى السبيل الوحيد لحل المشكلة (٤)
- لأن وجود اسرائيل أصبح حقيقة واقعة (٥)
- لأنك متفق مع السادات فى كل آرائه (٦)

٣- ودلوقت بعد الزيارة ما انتهت تفتكر أن اسرائيل عندها رغبة حقيقية في السلام ؟

نعم (١) لا (٢) لا رأى له (٣)

٤- فيه بعض جهات عربية هاجمت وزيارة السادات للقدس ، تفتكر ليه ؟

- لمعارضتعم لفكرة المفاوضات المباشرة مع اسرائيل (١)
- لعدم علمهم بالزيارة مسبقا (٢)
- لتصورهم أن مصر تسعى إلى حل منفرد (٣)
- لأن الزيارة تتضمن اعترافا بالوجود الاسرائيلى (٤)
- لميل العرب الى الحل العسكرى (٥)
- لعدم رغبتهم فى تغير موقفهم من اسرائيل (٦)
- لإعتقادهم أن الزيارة لن يكون لها تأثير فى حل القضية (٧)

٥- تفتكر أن رحلة السادات للقدس ساعدت على تغير الرأى العام العالمى لمصلحة الجانب العربى ؟

نعم (١) لا (٢) لا رأى له (٣)

٦- تفتكر أن الزيارة دى ستكون لها دور فى تحقيق السلام ؟

نعم (١) لا (٢) لا رأى له (٣)

٧- وفى رأيك ممكن أن العرب واليهود يعيشوا مع بعض في القدس ؟

نعم (١) لا (٢) لا رأى له (٣)

٨- تفتكر مؤتمر القاهرة اللى بيعقد دلوقت سينجح ؟

نعم (١) لا (٢) لا رأى له (٣)

ملحق رقم (٢)

مدى المعرفة لموضوع الدراسة :

استمارة البحث

١- الدولة مهتمة اليومين دول بموضوع اسمه الدعم ياترى سمعت عن الموضوع ده قبل كده ؟

نعم (١) أسأل (٢)

لا (٢) انتقل إلى تعريف الدعم

٢- وتعرف تقولى ايه هو الدعم ؟

- ساهمت الدولة بمبالغ من عندها لتخفيض اسعار السلع الاساسية (١)

- دعم سلعة معينة لتوصيلها لمحدودى الدخل بسعر معقول (٢)

- تثبيت بعض اسعار السلع ووجودها بالسوق المحلى (٣)

٣- وعندك فكرة بيكلف الدولة إد ايه ؟

تقدير صحيح (١)

تقدير خاطئ (٢)

تعريف الدعم :

الدعم باختصار هو أن الدولة تساعد من عندها بمبالغ تخفض بها أثمان الحاجات الاساسية علشان تقدر الناس تشتريها بسعر مناسب زى مثلا السلع اللى الواحد بياخدها ببطاقة التموين أو اللى بيشتريها من الجمعية التعاونية أو حاجات تانية سعرها منخفض زى العيش والبوتاجاز اللى ممكن يبقى سعرها أعلى لو الدولة ما ساعدتش من عندها لتخفيض أسعارها .

الاستفادة من خدمات الدعم :

٤- وبالنسبة لك ياترى بتشترى حاجات بتاخد دعم ؟

نعم (١)

لا (٢)

٥- وايه هي الحاجة دى ؟

سكر - زيت - صابون - أرز - شاى - عيش - بوتاجاز

* إذا كانت اجابة المفحوص حول مبلغ الـ ٢٠٠٠ مليون بارتفاع أو انخفاض ١٠٠ مليون

تعتبر الاجابة صحيحة واذا اختلفت عند ذلك تعد خاطئة.

٦- هاقولك شوية حاجات بتاخد دعم وعايزك تقوللى تاخد دعم وتفضل على سعرها ولا تاخد دعم ويرتفع سعرها شوية ولا تخرج خالص من الدعم ويبقى لها أكثر من سعر؟

والسلع دى هى :

السلع	تاخد دعم وتفضل على سعرها (١)	تاخد دعم ويرتفع سعرها شوية (٢)	تخرج من الدعم (٣)
١-العيش			
٢- السكر			
٣-البوتاجاز			
٤-الشاى			
٥-الصابون			
٦-اللحمة			
٧-الأرز			
٨-الزيت			
٩-العدس			
١٠-الفول			
١١-الأسمدة			
١٢-الكسب			

٧- تفتكر السلع التى تدعمها الدولة هىالسلع الضرورية جدا اللى الناس ماتقدرش تستغنى عنها ؟

نعم (١)

لا (٢)

أخرى تذكر (٣)

(#) لا يطبق البندان ١١ ، ١٢ أى الاسمدة والكسب الاعلى المزارعين فقط.

٨- أنت شايف أن فيه سلع أساسية مش بتاخد دعم ومفروض أن الدولة تساعد من عندها فى تخفيض أسعارها ؟

نعـــم (١) أسأل (٩)

لا (٢) أسأل (١٠)

٩- ايه هى السلع دى ؟

١٠- ياترى بيحصل أنك تشترى حاجات من اللى واخدة دعم وترميها لأنها طلعت زيـادة عن حاجاتك أو لانك كنت خايف ماتلاقيهاش ؟

نعـــم (١)

لا (٢)

اخرى تذكر (٣)

١١- في رأيك فيه ناس بتستفيد من الدعم من غير ما تستحق ؟

نعـــم (١)

لا (٢)

اخرى تذكر (٣)

١٢- ومين الناس دول ؟

(١) أصحاب الدخول المرتفعة

(٢) أصحاب الدخول المتوسطة

(٣) أصحاب الدخول المنخفضة

١٣- علشان نضمن مساعدة الناس اللى دخلها قليل فيه اقتراح بيقـول أن الدعـم يتغلـى وترتفع أجور موظفى وعمال الحكومة وأصحاب المعاشات بس ده هيزود الاسعار ياترى توافق على الرأى ده ؟

أوافق (١)

لا أوافق (٢)

أخرى تذكر(٣)

١٤- لو وصلك بونات شهرية تضمن بيها أنك تاخد سلع مدعمة خارج البطاقة، يكون ده حل كويس؟

نعـــــم (١)

لا (٢)

١٥- ويا ترى توافق على الاقتراح اللى بيقول أن الواحد ياخذ السلع المدعمة بالبطاقة من البقال التموينى ؟

يوافق (١)

لا يوافق (٢)

أخرى تذكر (٣)

١٦- فيه ناس بتفكر فى حل لمشكلة الدعم بس مش حيبان فائدته إلا بعد ثـلاث أو أربـع سنين وهو أن الدعم يتلغى ونستفيد بالفلوس اللى كانت بتتصرف عليه فى فتـح مصـانع جديدة أو تصليح أرض عشان نزود الانتاج ياترى توافق على الاقتراح ده؟

أوافق (١)

لاأوافق (٢)

١٧- تفتكر لو الدعم استمر - الحكومة ممكن تجيب فلوس علشانه منين :

(تعليمات للفاحص - يتم طرح البدائل الثلاث للمفحوص مرة واحد عقب طرح السؤال)

١- زيادة الضرائب على الاغنياء

٢- زيادة الجمارك على السلع

٣- نزود اسعار الكمالية

٤- أخرى تذكـــــــر

١٨- عندك اقتراحات ثانية نضمن بيها أن الدعم يوصل لمستحقيه فعلا ؟

نعـــــم (١)

لا (٢)

١٩- وايه هى الاقتراحات دى ؟

ملحق رقم (٣)

المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية

جهاز قياس الرأى العام

استطلاع رأى بخصوص مشروع

قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر

فى الأرض الزراعية

المحافظة

المركز

القرية

تاريخ تطبيق الاستمارة

اسم الباحث

اسم المراجع

وضع الحائز

١- مالك

٢- مستأجر نقدا

٣- مستأجر مزارعة

٤- مستأجر نقدا ومزارعة

٥- مالك ومستأجر مزارعة فى نفس الوقت

حجم الحيازة

فئات الحيازة	مالك	مستأجر
١- أقل من فدان		
٢- من فدان إلى أقل من ٢ فدان	.	
٣- من ٢ فدان إلى أقل من ٣ أفدنة		
٤- من ٣ أفدنة إلى أقل من٤ أفدنة		
٥- من ٤ أفدنة إلى أقل من٥ أفدنة		
٦- من٥ أفدنة إلى أقل من١٠ أفدنة		
٧- من١٠ أفدنة إلى أقل من٢٠فدانا		
٨- من٢٠ فدانا إلى أقل من ٥٠ فدانا فأكثر		
٩- ٥٠ فدانا فأكثر	.	

١- الحكومة بتفكر تصدر قانون جديد ينظم ملكية الأرض الزراعية وايجارها سمعت عن هذا الموضوع ؟

١- نعم

٢- لا

٢- سمعت عنه فين ؟

١- الإذاعة　　　٢- التلفزيون

٤- الصحافة　　　٨- أصحاب ومعارف

١٦- الجمعية التعاونية

٣٢- أخرى

٣- سمعت عنه إيه؟

١- زيادة القيمة الإيجارية

٢- الأخذ بنظام المزارعة

٤- عدم توريث عقد الإيجار
٨- حق تصرف المالك فى ملكيته المؤجرة وتعويض المستأجر
١٦- أخرى

٤- أنت شايف إن فيه ضرورة إن الحكومة تصدر القانون ده ؟

١- نعم
٢- لا

(من أجاب لا يسأل ٦)

٥- ليه ؟

١- يحصل المالك على عائد مجز من تأجير أرض.
٢- يحصل المالك على حقه في التصرف فى أرضه.
٣- للحد من الخلافات بين المالك والمستأجر.
٤- لكى يختفى الإيجار من الباطن.
٥- لزيادة إنتاجية الأرض.
٦- للحد من تجريف الأرض وتحويلها إلى أرض مبانى.

(ينتقل إلى س٧)

٦- ليه ؟

١-لكى يحصل المستأجر على عائد من أرضه.
٢- لكى يهتم الفلاح بأرضه وتزيد الإنتاجية.
٤- لكى لا تثور خلافات بين المالك والمستأجر.
٨- لكى لا يكون للمالك حق التصرف فى أرضه.
١٦- أخرى تذكر.

٧- انت عندك أرض زراعية ملك ؟

١- نعم
٢- لا

(من أجاب بلا يسأل س١١)

٨- ياترى الأرض دى فى حيازتك واللا مأجرها لحد ؟

١- في حيازته.

٢- يؤجرها .

٩- ياترى الأرض دى وارثها والاشاريها؟

١- إرث .

٢- شراء.

٣- إرث وشراء.

١٠ - بقى لها أد إيه فى حيازتك؟

١- قبل سنة ١٩٥٢.

٢- من سنة ١٩٥٢ - ١٩٦٢.

٣- من السنة ١٩٦٢ - ١٩٧٠.

٤- بعد سنة ١٩٧٠.

(ينتقل إلى س١٥)

١١- عندك أرض زراعية فى حيازتك بالإيجار ؟

١- نعـــم

٢- لا

١٢- والأرض دى أجرتها بنفسك واللاورثت عقد إيجارها؟

١- أجرها بنفسه.

٢- ورث عقد إيجارها.

١٣- ياترى بقى لها أد إيه فى حيازتك؟

١- قبل ١٩٥٢.

٢- من ٥٢-٦٢.

٣- من ٦٢-٧٠.

٤- بعد ١٩٧٠.

١٤- معاك عقد ايجار ؟

١- نعـــم ٢- لا

١٥- إنت شايف إن الايجار النقدى أفضل واللا المزارعة

١- النقدى.

٢- المزارعة.

١٦- الأرض دى بتزرعها بنفسك؟

١- نعـــــم

٢- لا

١٧- الأرض دى بتزرعها إيه؟

١- فاكهة وخضر

٢- محاصيل دورة زراعية

٣- أخرى تذكر

١٨- ياترى رأيك إن إيجار الأرض يفضل زى ماهو دلوقتى؟ واللا يزيد؟

١- يظل كما هو حاليا

٢- يزيد

(لمن أجاب يزيد)

١٩- طيب يزيد قد إيه ؟

١- مرة كمان

٢- مرتين

٣-ثلاث مرات

٤- أخرى تذكر

٢٠- طيب القانون اللى الحكومة بتفكر فيه ده عايز يزود إيجار الأرض مرة كمان كده إيه رأيك؟

١- موافق

٢- غير موافق

٣- لا رأى له

(من أجاب بغير موافق يسأل س٢٢)

٢١- موافق ليه ؟

١- لكى تحقق العدالة بالنسبة للمالك .

٢- لحل المشاكل بين المالك والمستأجر

٤- لزيادة إنتاجية الأرض.

٨- للحد من تجريف الأرض أو تحويلها إلى مبانى

١٦- أخرى تذكر

٢٢- مش موافق ليه ؟

١- لأن هذه الزيادة لا تحقق العدالة بالنسبة للمالك.

٢- لأن هذه الزيادة لا تحقق العدالة بالنسبة للمستأجر.

٣- أخرى تذكر.

٢٣- ياترى فى رأيك إن عقد إيجار الأرض يبقى له مدة محددة يتجدد بعدها. واللا يفضل مستمر على طول ؟

١- يكون له مدة محددة

٢- يستمر

٣- لا رأى له

(يحال إلى س٢٥ من أجاب يستمر)

٢٤- أيه مده محددة ؟

١- ليتمكن المالك من التصرف فى أرضه.

٢- يعطى المالك فرصة لزراعة الأرض.

٤- ليكون للمالك الحق فى إعادة تأجير الأرض.

٨- لكى يهتم الفلاح بأرضه ويزيد الإنتاج.د

١٦- أخرى تذكر.

(ينقل إلى س٢٦)

٢٥- أيه العقد يستمر ؟

١- لكى يشعر الفلاح بالاستقرار.

٢- لكى يزيد إنتاج الأرض.

٤- حتى لا تثور خلافات بين الطرفين.

٨- أخرى تذكر.

٢٦- إيه رأيك فى إن عقد الإيجار لا يورث إلا كان ابن المستأجر المتوفى هو اللى بيزرع الأرض ؟

١- أوافق

٢- لا أوافق .

٣- لارأى له

(يحال إلى س٢٨ من أجاب بغير موافق)

٢٧- أيه ؟

١- لكى لا تتفتت الحيازة

٢- ليحصل المالك على حقه

٤- يحل كثير من الخلافات بين الملاك والمستأجرين.

٨- أفضل للاهتمام بالأرض الزراعية.

١٦- أخرى تذكر

٢٨- ليه مش موافق ؟

١- لن يشعر المستأجر بالامان.

٢- سيجعل الفلاح أرضه الزراعية.

٤- سيؤدى إلى زيادة العمال الزراعيين الأجر.

٨- يزيد الخلافات بين الملاك والمستأجرين.

١٦- أخرى تذكر.

٢٩- فى رأيك نظام المزارعة بيحقق مصلحة المالك واللامستأجر الأرض واللا يحقق مصلحتهم هما الاثنين ؟

١- مصلحة المالك

٢- مصلحة المستأجر.

٣- مصلحة الأثنين معا

٤- لا رأى له

٣٠- فى إقتراح أن الإيجار النقدى للأرض يتحول لإيجار بالمزارعة ياترى توافق على كده ؟

١- أوافق

٢- لاأوافق

٣- لارأى له

(يحال إلى س٣٢ من أجاب غير موافق)

٣١- ياترى موافق ليه؟

١- نظام عادل

٢- يزيد من إنتاجية الأرض الزراعية

٣- يحل مشاكل القانون الحالى

٤- أخرى تذكر

٣٢- ياترى ليه مش موافق ؟

١- نظام يظلم المستأجر

٢- يحول المستأجر إلى عامل أجير

٤- يركز ملكية الأرض فى أيدى عدد قليل من الملاك

٨- يزيد من تكاليف الإنتاج

١٦- أخرى تذكر

٣٣- رأيك إيه فى أن مالك الأرض يبقى له الحق فى إنه يتصرف فى أرضه ويبيعها لكن بشرط أن شراء الأرض دى تكون للمستأجر ؟

١- أوافق

٢- لا أوافق

٣- لارأى له

(يسأل السؤال التالى من أجاب أنه غير موافق)

٣٤- ياترى ليه مش موافق ؟

١- ارتفاع سعر الأرض.

٢- عدم توفر المبلغ الكافى.

٣- إثارة مشاكل بين المالك والمستأجر.

٨- أخرى تذكر

٣٥- إيه رأيك إن المالكيسترد أرضه فى مقابل دفع تعويض للمستأجر؟

١- أوافق

٢- لا أوافق

(من أجاب أوافق يسأل السؤال التالى)

٣٦-توافق على أن قيمة التعويض دى تكون على أى أساس ؟

١- نسبة ١٠-١٥٪ من قيمة عقد البيع

٢- على أساس القيمة الإيجارية لمدة ١٥ عاما.

٣- التعويض بما يعادل إجمالى القيمة الإيجارية التى دفعه المستأجر خلال فترة بقائه فى الأرض محسوبة على أساس آخر قيمة إيجارية ؟ (القيمة الإيجارية للأرض فى السنة الأخيرة x عدد السنوات الإيجار)

٣٧- ياترى فى رأيك عموماً كده القانون اللى الحكومة بتفكر فيه هيحقق مصلحتك ؟

١- نعم

٢- لا

٣- لا رأى له

٣٨- ياترى فيه خلافات بينك وبين المالك (أو المستأجر)؟

١- نعم

٢- لا

٣٩- طيب في رأيك القانون ده ممكن يقلل من الخلافات بين ملاك الأرض والمستأجرين واللايزودها ؟

١- يقلل من الخلافات

٢- يزيد من الخلافات

٣- لا رأى له

٤٠- تفتكر إن التغيرات اللى القانون ده بيفكر فيها حتخلى الفلاحين يهتموا أكثر بأرضهم ؟

١- نعـــــم

٢- لا

٣- لا رأى له

٤١- في رأيك القانون ده اللى الحكومة بتفكر فيه يحقق العدالة أكثر من القانون الحالى ماشى دلوقتى ؟

١- الذى تفكر فيه الحكومة أكثر عدالة

٢- القانون الحالى

٣- لا رأى له

٤٢- عندك أى اقتراح تحب تضيفه للقانون علشان يكون أحسن

أ- اقتراح بخصوص قيمة الايجار

١- نعم ٢- لا

ما هو ؟

ب - اقتراح بخصوص توريث عقد الإيجار

١- نعم ٢- لا

ما هو ؟

جـ - اقتراح بخصوص نظام المزارعة

١- نعم ٢- لا

ما هو ؟

د - اقتراح بخصوص حق تصرف المالك فى ملكيته المؤجرة وتعويض المستأجر .

١- نعم ٢- لا

ما هو ؟

مقترحات أخرى

٤٣- ياترى إنت عضو فى حزب من الأحزاب ؟

١- نعم ٢- لا

(من اجاب نعم يسأل ٤٤)

٤٤- عضو فى حزب إيه ؟

١- الوطنى ٢- الوفد ٣- التجمع

٤- الأحرار ٥- العمل ٦- الأمة

٤٥- إنت عضو فى المجلس المحلى ؟

١- نعم ٢- لا

٤٦- إنت عضو في الجمعية التعاونية ؟

١- نعم ٢- لا

البيانات الأساسية

الاســـــم:

النـــــوع:

١- ذكر

٢- أنثى

العمر :

١- أقل من ٢٠

٢- ٢٠-٣٠

٣- ٣٠-٤٠

٤- ٤٠-٥٠

٥- ٥٠-٦٠

٦- ٦٠ فأكثر

النشاط الإقتصادى :

١-

٢-

٣-

٤-

مستوى التعليم :

١- أمى.

٢- يقرأ ويكتب.

٣- حاصل على الشهادة الابتدائية .

٤- حاصل على الشهادة الاعدادية .

٥- حاصل على الشهادة الثانوية العامة.

٦- حاصل على تعليم فنى.

٧- شهادة جامعية.

٨- فوق الجامعى (أعلى)

المحتويات

هذا الكتاب

لعل هذا الكتاب هو الدراسة الاولي باللغـــة العربيـــة التـــى تتنـــاول إشكاليات قياس الرأى العام على هذا النحو المتعمق. فالكتاب يعرض بصورة نقدية لكافة جوانب هذه الإشكاليات من نواحى المنهجية والمعرفية والأخلاقية، مناقشا وجهات النظر المختلفة والمواقف المتشابكة حول استطلاعات الـــرأى العام ومدى تبعيتها أو تخلصها من الضغوط والتحيز والتزييف لادراة الـــرأى العام وصلة ذلك كله بمدى تمسك القوي المسيطرة على المجمتـــع - وكذلـــك الباحثين - بالقيم الديمقراطية والأخلاقية السليمة.

والقارئ لهذا الكتاب يجد فيه عملاً قيماً يعكس ثقافة مجتمعية واعية ؛ وعمقاً فكرياً أصيلاً، وحرصاً من الباحث علي ارتياد الجديد والمفيد مهما لقي من صعوبات وجهد.

الناشر



ISBN 977 - 287 -105 - X

دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع

٥٠ شارع الشيخ ريحان - الدور الأول - شقة ١٢

☎٣٥٥٤٢٢٩ القاهرة - عابدين